RICH DAD®

Autor de **Padre Rico Padre Pobre** bestseller #1 del *New York Times*

EL NEGOCIO DEL SIGLO 21

Robert T. Kiyosaki

Con John Fleming y Kim Kiyosaki

AGUILAR

El negocio del siglo XXI

ROBERT T. KIYOSAKI

Del autor de *Padre rico, Padre pobre*,
bestseller número 1 del *New York Times*

CON JOHN FLEMING
Y KIM KIYOSAKI



Dedicatoria

Le dedico este libro, *El negocio del siglo XXI*, a los millones de personas que se encuentran en una encrucijada en la vida: aquellas que se han visto afectadas por la crisis económica actual y que se sienten impotentes respecto a la seguridad de su futuro financiero. Quiero que sepan que, a pesar de lo que pueda parecer, éste es el mejor momento para tomar las riendas de su futuro. Yo me he pasado la vida educando a la gente para que pueda alcanzar la libertad financiera, y sé que este libro, al igual que los otros de mi serie Padre Rico, les proveerá el tipo de análisis y reflexión necesarios

para crear —y conservar— riqueza suficiente para los años venideros. Una vez que aprendan la verdad sobre la forma en que funciona el dinero, y que sepan detectar las oportunidades de negocios disponibles en el siglo XXI, serán capaces de empezar a construir la vida que desean.

Agradecimientos

Me gustaría agradecerle a Kim, mi esposa, por su amor y apoyo continuos, así como a mi familia de Padre Rico, la cual me ha ayudado a hacer llegar el mensaje de la educación financiera a millones de personas en todo el mundo.

También quiero agradecer a John Fleming sus invaluables reflexiones sobre las redes de mercadeo, a Stuart Johnson, Reed Bilbray, y al personal de VideoPlus, por su ayuda para darle forma a este libro.

Por último, expreso mi gratitud a John David Mann y a J. M. Emmet por aportar a este proyecto


sus habilidades y pasión.

INTRODUCCIÓN

La economía está destrozada y tu empleo corre peligro, claro, si es que aún tienes uno. ¿Y sabes qué? Llevo años pregonándolo.

Sin embargo, fue necesario que hubiera una crisis económica mundial para que la gente empezara a escuchar. No obstante, este libro no es sobre la razón por la que todo se fue al demonio, ni sobre cómo sucedió. Este libro es sobre por qué esta terrible noticia es, en realidad, buena, pero sólo si sabes cómo aprovechar la situación.

Fueron dos personas las que me enseñaron

sobre los negocios. La primera fue mi padre, un hombre con una sólida preparación académica, que tuvo altos puestos como empleado del gobierno. La otra fue el mejor amigo de mi padre, quien dejó la escuela antes de acabar la preparatoria y luego se convirtió en millonario por méritos propios. Mi verdadero padre tuvo problemas financieros durante toda su vida y cuando murió prácticamente no tenía nada que probara que la suya había sido una vida de arduo trabajo. Por otra parte, el mejor amigo de mi padre llegó a ser uno de los hombres más ricos de Hawái.

Siempre consideré que estos hombres eran mi “padre pobre” y mi “padre rico”, respectivamente. A mi verdadero padre lo amé y admiré muchísimo; asimismo, le juré que ayudaría a toda la gente que me fuera posible para evitar el sufrimiento, los fracasos y los tratos indignos que abundaron en su propio camino.

A partir de que me fui de casa, tuve todo tipo de experiencias. Serví en el Cuerpo de Marina como

piloto de un helicóptero en la Guerra de Vietnam. Luego trabajé en Xerox; ahí empecé como vendedor y, cuatro años después, dejé el empleo con el título del mejor vendedor de la compañía. A continuación desarrollé varios negocios multimillonarios a nivel internacional, para retirarme a los 47 años y entregarme a mi pasión: enseñar a otros a crear riqueza y tener la vida de sus sueños, en lugar de conformarse con la mediocridad y la sombría resignación.

En 1997 escribí un libro sobre mis experiencias, y con él debo haber tocado las fibras de al menos unos cuantos lectores porque *Padre Rico, Padre Pobre* llegó a la lista de los más vendidos del *New York Times*, permaneció en ella más de cuatro años y, desde entonces, ha sido descrito como "el libro de negocios más vendido de todos los tiempos".

A partir de ese momento comencé a publicar una serie completa de libros con la filosofía de Padre Rico y, aunque cada uno de ellos ha tenido un enfoque ligeramente distinto, todos describen el

mismo mensaje del primero. Dicho mensaje también se encuentra en el corazón del libro que ahora sostienes en tus manos.

Responsabilízate de tus finanzas o acostúmbrate a recibir
órdenes por el resto de tu vida. Sé el amo del dinero o
conviértete en su esclavo. Es tu decisión.

Tuve la increíble suerte de que mis experiencias y mentores me enseñaran a generar riqueza genuina. Gracias a eso pude retirarme de la vida laboral por completo. Hasta ese momento trabajé para construir el futuro de mi familia, pero desde mi retiro sólo he trabajado para ayudar a construir *el tuyo*.

Durante los últimos diez años me he dedicado a buscar las maneras más efectivas y prácticas de ayudar a otros a transformar sus vidas en el siglo XXI a través del aprendizaje de cómo construir riqueza genuina. En nuestros libros de Padre Rico,

mis socios y yo hemos escrito acerca de muchos tipos de negocios e inversiones, pero en todos esos años de intensa investigación, en algún momento encontré un modelo particular de negocio que, en mi opinión, es uno de los más prometedores para que el mayor número posible de gente pueda asumir el control de su vida financiera, de su futuro y de su destino.

Algo más: cuando digo riqueza *genuina*, no me refiero exclusivamente al dinero. Sí, el dinero es parte de ella, pero no lo es todo. Generar riqueza genuina tiene mucho más que ver con ser el *constructor* que con *lo construido*.

En este libro te mostraré por qué tienes que construir tu propio negocio, y qué tipo de negocio debe ser. Pero no sólo se trata de cambiar el tipo de negocio en el que ahora trabajas, sino de que te transformes también. Yo te puedo enseñar a encontrar lo que necesitas para desarrollar el negocio perfecto para ti, pero para que éste crezca, tú también tienes que hacerlo.

Bienvenido al negocio del siglo XXI.

PRIMERA PARTE

Asume el control de tu futuro

¿Por qué debes tener un negocio propio?

1

Las reglas cambiaron

Vivimos tiempos difíciles. Los últimos años nos han traído un desfile constante de miedo y pánico que se refleja en los encabezados de los periódicos, en las salas de juntas y en las cocinas de todo Estados Unidos. La globalización, las

importaciones, los decrementos, los remates, las hipotecas *subprime*, las coberturas tipo *swap*, los esquemas Ponzi, los fiascos de Wall Street, las recesiones… Una mala noticia tras otra.

En los primeros meses de 2009, los despidos en empresas estadounidenses alcanzaron la cifra de un cuarto de millón al mes. Ahora que escribo esto, a finales de 2009, la tasa de desempleo es del 10.2 por ciento y sigue en aumento. Asimismo, la situación de las personas que lograron conservar su empleo pero que vieron disminuidas sus horas de trabajo y los honorarios pagados por las mismas, es aún peor. La estrepitosa caída en el empleo es una epidemia a la que muy pocos son inmunes. De los ejecutivos y mánagers de nivel medio, a los empleados administrativos y los de escritorio; de los banqueros a los empleados de ventas al menudeo, todo mundo está en riesgo. Incluso la industria del cuidado de la salud que, hasta hace poco, era considerada una zona de empleos seguros, sufre recortes en su fuerza de trabajo de manera significativa.

En una encuesta realizada en 2009 por *USA Today*,
60 por ciento de los estadounidenses dijeron que consideraban que la situación económica actual representaba la mayor crisis en sus vidas.

En el verano de 2008, de pronto los portafolios para el retiro de mucha gente perdieron la mitad de su valor, o incluso más. Los bienes raíces se desplomaron. Lo que la gente *creía* que eran activos sólidos y confiables se vaporizó. La seguridad laboral se fue para siempre. Una encuesta realizada en 2009 por *USA Today* arrojó que 60 por ciento de los estadounidenses consideraban que la situación económica actual representaba la mayor crisis en sus vidas.

Por supuesto, tú ya lo sabes. Pero hay algo que quizá desconoces: *Nada de esto es una noticia*. Sí, claro, se necesitó de una crisis económica para que la gente comenzara a despertar ante el hecho

de que su estilo de vida se encontraba en peligro, pero tus ingresos no se pusieron bajo riesgo de la noche a la mañana, *siempre* lo han estado.

La mayor parte de la población de los Estados Unidos ha vivido desde siempre al borde del precipicio, sobre la cuchilla que divide a la solvencia y la ruina; siempre ha confiado en que el siguiente cheque de nómina le sirva para cubrir los gastos de cada mes, aunque sólo le deje un colchoncito muy pequeño de ahorros en efectivo y, frecuentemente, ni siquiera eso. Ese cheque sirve para que "cambies tu tiempo por dinero" y, en una recesión, se convierte en la fuente de ingreso *menos* confiable que existe. ¿Por qué? Porque cuando el número de gente empleada comienza a caer, hay menos ingreso disponible en circulación con el que se puede pagar el tiempo que destinas a un empleo.

TE LO DIJE

No quisiera salir con el típico: "Te lo dije",

pero… *Te lo dije*.

Lo he repetido durante años: Ya no existen los empleos seguros. El Estados Unidos corporativo del siglo XXI es un dinosaurio que tiembla porque está al borde de la extinción, y la única manera de que puedas tener un futuro seguro es que asumas el control del mismo.

Aquí te presento lo que escribí en 2001, en un libro intitulado, *La escuela de negocios para la gente a la que le gusta ayudar a otros*:

> En mi opinión, los Estados Unidos y muchas otras naciones occidentales sufrirán un desastre económico que se avecina, y que será ocasionado porque el sistema educativo ha fallado y no ha podido ofrecerles a sus estudiantes un programa de educación financiera realista, de manera adecuada.

Ese mismo año, en una entrevista para Nightingale-Conante, dije:

> Si crees que los fondos mutualistas van a estar ahí para ti, si quieres apostarle tu vida a los altibajos del mercado de valores, entonces estarás apostando tu jubilación misma. ¿Qué sucede si el mercado de valores sube y luego vuelve a caer cuando tengas 85 años? No tendrás control. No estoy diciendo que los fondos mutualistas sean malos, sólo digo que no son seguros y que no son la decisión más sabia. Que yo no apostaría mi futuro financiero con ellos.

Nunca antes en la historia del mundo tanta gente había apostado su retiro en el mercado de valores. Es una locura. ¿Tú crees que Seguridad Social estará ahí para cuidarte? Entonces seguramente también crees en el conejo de Pascua.

Y en una entrevista que di en marzo de 2005, dije:

> La mayor fortaleza de un activo de papel es su liquidez, pero eso también es su mayor

debilidad. Todos sabemos que habrá otra caída del mercado y que nos va a volver a afectar. ¿Por qué habrías de adquirir este tipo de activos?

¿Y qué fue lo que sucedió? Que hubo otro colapso del mercado y mucha gente volvió a resultar afectada. ¿Por qué? Porque no pudimos cambiar nuestros hábitos ni nuestra forma de pensar.

En 1971, la economía estadounidense dejó de regirse por el patrón oro. Y por cierto, esto sucedió sin la aprobación del Congreso; sin embargo, lo más importante es que pasó. ¿Por qué es tan importante? Porque nos permitió imprimir más y más dinero, todo el que quisimos, sin que estuviera sustentado por ningún valor real o sólido.

Esta desviación de la realidad nos abrió la puerta al auge económico más grande de la historia. Durante las siguientes tres y media décadas, la clase media norteamericana experimentó una suerte de explosión. Mientras el

dólar se devaluaba y el valor en libros de los bienes raíces y otros activos se inflaba, la gente común se fue volviendo millonaria. De repente hubo crédito disponible para cualquier persona, en cualquier momento y lugar; y las tarjetas de crédito comenzaron a aparecer como hongos tras las lluvias primaverales. Para pagar esas tarjetas de crédito, los estadounidenses utilizaron sus casas como pagarés: refinanciando y pidiendo prestado, prestando y refinanciando.

Porque, después de todo, el valor de los bienes raíces siempre *sube*, ¿verdad?

Pues no. Para 2007 ya le habíamos inyectado a este globo financiero todo el aire caliente que podía soportar, y la fantasía se desplomó hasta golpear el suelo de nuevo. Pero no solamente colapsaron Lehman Brothers y Bear Sterns. Millones de personas perdieron sus planes 401(k) para el retiro, sus pensiones y empleos.

El número de personas que viven oficialmente

por debajo
de la línea de pobreza se incrementa con rapidez.
El número de personas que trabajan después de cumplir
los 65 años también va en ascenso.

En la década de los cincuenta, cuando General Motors era la empresa más poderosa de los Estados Unidos, la prensa tomó una declaración del presidente de GM y la convirtió en una frase publicitaria que duró décadas: “Mientras GM avance, también lo hará el país.” Pues bien, amigos, tal vez ya no sea tan buena frase porque en 2009 GM cayó en bancarrota y, ese mismo verano, el estado de California comenzó a pagar sus deudas con pagarés en lugar de efectivo.

Justamente ahora está disminuyendo el porcentaje de estadounidenses que son dueños de su propia casa. Los remates hipotecarios están a la alza, y el número de familias de clase media a la baja. Las cuentas de ahorro, si acaso existen, son

cada vez más pobres, y el endeudamiento familiar es cada vez mayor. El número de personas que viven oficialmente por debajo de la línea de pobreza se incrementa con rapidez. El número de personas que trabajan después de cumplir los 65 años también va en ascenso. La cantidad de gente que quiebra se ha disparado hasta el cielo. Además, muchos estadounidenses no tienen suficiente dinero para retirarse, pero ni de broma.

¿Pudieron todas estas malas noticias atraer tu atención? Seguramente, pero no estás solo. Los estadounidenses de todas partes ya dejaron de darle vueltas al asunto y fingir demencia. ¡Genial! Ahora estás despierto y consciente de lo que sucede. No es agradable, claro, así que analicémoslo con cuidado para comprender qué significa y qué puedes hacer al respecto.

ES UN NUEVO SIGLO

Siendo niño, mis padres me enseñaron la misma fórmula del éxito que seguramente te dieron a ti:

ve a la escuela, estudia con ahínco y obtén buenas calificaciones para que puedas conseguir un empleo seguro, bien pagado y con prestaciones. Y entonces, tu empleo se hará cargo de ti.

Sin embargo, la anterior es una noción de la era industrial, y nosotros ya no estamos en ella. Tu empleo no se hará cargo de ti. El gobierno *tampoco* se hará cargo de ti. *Nadie* lo hará. Es un nuevo siglo y las reglas ya cambiaron.

Mis padres creían en la seguridad de tener un empleo, en las pensiones de las empresas, en Seguridad Social y en Medicare. Pero todas estas son ideas desgastadas y obsoletas, remanentes de una época que ya se fue. En la actualidad, la seguridad de tener empleo es sólo una broma, y la mera noción de tener un trabajo de por vida en una sola compañía —ideal que con tanto orgullo defendió IBM en sus buenos tiempos—, es tan anacrónica como una máquina de escribir.

Muchas personas creyeron que sus planes de retiro 401(k) estaban a salvo porque los respaldaban acciones de *blue-chip* y fondos

mutualistas, así que, ¿qué podría salir mal? Pero luego resultó que *todo* salió mal. La razón por la que estos conceptos, que alguna vez fueron como vacas sagradas, ya no pueden seguir dando leche es porque ahora *todos* son obsoletos: las pensiones, la seguridad de un empleo y la certeza de una jubilación. Repito, son ideas perpetuadas de la era industrial, pero los siglos han pasado, vivimos la era de la información y necesitamos acciones y pensamientos congruentes con este tiempo.

Por suerte, la gente ya comenzó a escuchar y aprender. Es una lástima que se necesite de sufrimiento y dificultades para entender las lecciones. Pero bueno, al menos, *ya* estamos aprendiendo. Cada vez que atravesamos por una crisis importante —como la caída de las *dot-com*, la crisis económica post 9/11, el pánico financiero de 2008 o la recesión del 2009—, más gente comprende que las antiguas redes de protección ya no podrán sostenernos.

El mito corporativo terminó. Si pasaste años

subiendo por la escalera de una empresa, ¿alguna vez te detuviste a contemplar el panorama? ¿Cuál panorama?, me preguntas. El trasero de la persona que está frente a ti. Eso es lo que tienes al frente. Si quieres seguir viendo eso por el resto de tu vida, entonces tal vez este libro no es para ti. Pero si estás harto de mirar el trasero de alguien más, entonces continúa leyendo.

QUE NO TE VUELVAN A ENGAÑAR

En este preciso momento el desempleo continúa creciendo. Para cuando termines de *leer* estas palabras, ¿quién sabe? La situación podría haber cambiado. No te engañes, cuando el valor del empleo y los bienes raíces vuelvan a girar y el crédito se afloje de nuevo, como inevitablemente sucederá, no vuelvas a ceder ante la sensación de falsa seguridad que los metió, a ti y al resto del mundo, en este desastre financiero desde el principio.

En el verano de 2008 los precios de la gasolina

subieron hasta cuatro dólares por galón. Las ventas de camionetas se desplomaron como piedra y, de repente, todo mundo andaba en un automóvil pequeño o híbrido. Pero piensa en lo que sucedió después: para 2009 los precios ya habían bajado a dos dólares y, ay, Dios mío, ¡la gente volvió a comprar camionetas!

¡¿Cómo?! ¿*De verdad* creemos que los precios van a permanecer así de convenientes? ¿Que bajaron para siempre y que, por tanto, es bastante lógico comprar autos que consumen gasolina a lo loco? ¿En serio podemos ser tan ciegos? (Estoy tratando de ser amable, pero la palabra que usaría es "estúpidos".)

Por desgracia la respuesta es: "Sí." No sólo nos engañan una vez: permitimos que lo hagan una tras otra. Desde niños, seguramente escuchamos, leímos o nos contaron la fábula de "La hormiga y la cigarra"; sin embargo, la mayoría se aferra a vivir con la visión de la cigarra.

No permitas que los encabezados te distraigan. Siempre hay algún rumor idiota que trata de captar

tu atención para que no te ocupes del serio asunto de construir tu vida. Es sólo ruido. Sin importar si se trata de terrorismo, recesión o el escándalo electoral más reciente, en realidad no tiene nada que ver con lo que necesitarías estar haciendo hoy para construir tu futuro.

En la Gran Depresión mucha gente logró crear fortunas. Asimismo, en los tiempos de los mayores auges, como el de los bienes raíces en la década de los ochenta, millones y millones de personas se negaron a hacerse cargo de su futuro —gente que ignoró todo lo que voy a compartir contigo en este libro— y terminó teniendo fuertes dificultades económicas o en bancarrota. Y, de hecho, la mayoría continúa en la misma situación.

Pero el problema no es la economía, *sino tú*.

¿Estás molesto por la corrupción del ámbito corporativo? ¿Estás enojado con Wall Street y los grandes bancos por permitir que sucediera esta crisis? ¿Con el gobierno por no hacer lo necesario, por hacer demasiado o por equivocarse tanto y no hacer lo correcto? ¿Estás molesto contigo mismo

por no asumir el control desde antes?

La vida es difícil. Pero, ¿qué piensas hacer al respecto? Quejarte y despotricar no asegurará tu futuro. Tampoco te servirá culpar a Wall Street, a los grandes banqueros, al Estados Unidos corporativo, ni al gobierno.

Si deseas un futuro sólido, necesitas crearlo. La *única* forma de que asumas el control de tu futuro es haciéndote cargo de tu fuente de ingresos. Necesitas tener tu propio negocio.

2

El hilo de plata

El 13 de julio de 2009 la revista *Time* presentó un reportaje en la página 2, llamado "10 preguntas para Robert Kiyosaki". Una de las preguntas que me hicieron fue: "¿Existe la posibilidad de crear compañías nuevas en medio de esta turbulenta

economía?”

“¡¿Bromeas?!”, fue lo primero que pensé. Pero mi respuesta fue la siguiente:

> Éste es el mejor momento. El verdadero empresario surge en los malos tiempos. A los empresarios no les importa si el mercado sube o baja. Los empresarios crean mejores productos y procesos, así que, cada vez que alguien dice: “Oh, las oportunidades son menos ahora”, es porque se trata de un perdedor.

Ya escuchaste una enorme cantidad de malas noticias sobre la economía. ¿Estás listo para las buenas nuevas? Bien, pues las malas noticias son también las buenas. Te diré lo mismo que a la revista *Time*: *Una recesión es el mejor momento para comenzar tu propio negocio*. Cuando la economía se desacelera, el espíritu empresarial se aviva como una estufa de leña bien provista en una fría noche de invierno.

Pregunta: ¿Qué tienen en común los imperios de Microsoft y Disney además de que ambos son exitosos negocios multimillonarios que se han convertido en marcas reconocidas en todo el mundo?

Respuesta: Que ambos se iniciaron durante una recesión.

De hecho, más de la mitad de las empresas que conforman el promedio industrial del Dow Jones empezaron a funcionar en una recesión.

¿Por qué? Es sencillo: en tiempos de incertidumbre económica, *la gente se vuelve creativa*. Las personas salen de su zona de confort y toman la iniciativa para lograr salir adelante. Es parte del antiguo y sano espíritu empresarial estadounidense en su máxima expresión. Cuando la situación se pone difícil, los más valientes sacan lo mejor de sí.

Para empezar, el mercado para nuevas oportunidades madura en los tiempos de desafío

económico. Hace cinco años, cuando el valor de los bienes raíces se fue hasta el cielo y había crédito disponible por todos lados, en realidad no había gente hambrienta. Todo mundo tenía la barriga llena, se sentía seguro y sólo estaba en busca de ingresos alternativos. A los empleados no les preocupaba la estabilidad financiera de sus empleadores ni si continuaría habiendo un cheque de nómina en su futuro.

Pero ahora que los recortes son a gran escala, y todo mundo está preocupado por lo que vendrá, hay millones de personas reevaluando su situación financiera con mucha seriedad, y que se dan cuenta de que si quieren tener un futuro seguro en el que puedan confiar, necesitarán elaborar y echar a andar el plan B. Hoy en día la gente está más ansiosa que nunca por ganar algo extra de dinero y, debido a lo mismo, está más receptiva y dispuesta a abrir su mente a nuevas posibilidades.

De hecho, la situación ya era así desde *antes* de la catástrofe económica. El interés por controlar nuestro futuro económico comenzó a surgir en los

ochenta, y se exacerbó particularmente a principios del nuevo siglo. Esto es lo que declaró la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en 2007, en un reporte intitulado *Work, Entrepreneurship and Opportunity in 21st Century America*: “Millones de estadounidenses están practicando actividades empresariales a través de pequeños negocios propios.”

---

72 por ciento de los adultos estadounidenses preferiría
trabajar para sí mismo, que para alguien más, mientras
que 67 por ciento piensa, de manera “regular” o
“constante”, en dejar su empleo.

Ahora bien, aunque yo no soy economista, sí conozco a uno: Paul Zane Pilzer.

Paul es un joven genio. Fue el vicepresidente más joven en la historia de Citibank y luego

abandonó el ámbito bancario para dedicarse a hacer millones a través de sus negocios personales. Ha tenido algunos *bestsellers* en la lista del *New York Times*, predijo la crisis de "ahorros y préstamos" y fue asesor económico en dos administraciones presidenciales. Definitivamente es alguien a quien vale la pena escuchar.

Paul habla de un cambio de 180 grados en los valores culturales inherentes a la naturaleza de cómo se elige una carrera, ahora que la estructura convencional empresa-empleado está cediendo el camino a la tendencia empresarial.

> La sabiduría tradicional de la segunda mitad del siglo XX nos sugería asistir a la escuela, recibir una buena educación y terminar trabajando para una empresa grande. La idea de tener tu propio negocio se consideraba riesgosa. Admirable, tal vez, pero riesgosa y hasta un poco disparatada. En la actualidad, las cosas son exactamente al revés.

Paul está en lo correcto. El reporte que mencioné anteriormente de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos, también hace referencia a una encuesta de Gallup en la que se descubrió que 61 por ciento de los estadounidenses asegura que preferiría ser su propio jefe. Otra encuesta, de la empresa Decipher de Fresno, arrojó que 72 por ciento de los adultos estadounidenses preferiría trabajar para sí mismo, que para alguien más, y que 67 por ciento piensa, de manera “regular” o “constante”, en dejar su empleo.

Pero no solamente se trata de *ganarse* la vida, sino de la calidad de *la forma* en que la vivimos. La gente está empezando a darse cuenta de que desea un mayor control sobre su existencia. Las personas quieren estar más conectadas a sus familias, estar a cargo de la distribución de su tiempo, trabajar desde casa, definir sus destinos. En el estudio realizado por Decipher, 84 por ciento de los encuestados dijo que trabajaría con más ahínco si fuera propietario de su propio

negocio. ¿Cuál era la razón principal que tenían para desear trabajar para sí mismos? "Para sentir más pasión por mi vida laboral." Lo que sucede es que el mito del siglo XX sobre la seguridad del empleo y la promesa de que el camino hacia una vida larga, feliz y plena, radica en trabajar para alguien más, se está desmoronando ante nuestros ojos.

La mitología del empleo

Estamos tan adoctrinados por nuestras circunstancias, que creemos que el empleo es algo natural. Sin embargo, lejos de ser "históricamente" normal, todo el concepto de ser empleado es, en realidad, un fenómeno bastante reciente.

En la era agraria, la mayoría de la gente se desempeñaba como empresaria. Así es, casi todos eran granjeros que trabajaban las tierras del rey pero, sin ser sus empleados. Ellos no recibían cheques de nómina del monarca. De hecho, sucedía lo contrario: el granjero le tenía que pagar

al rey un impuesto por el derecho a usar su tierra. Esos granjeros en realidad se ganaban la vida como empresarios con negocios pequeños. Eran carniceros, panaderos y fabricantes de velas, que iban heredando su oficio a través del linaje de la familia. En la actualidad aún quedan pruebas de aquella práctica, ya que algunas personas conservan, en su apellido en inglés, el oficio de su familia: Smith, para el herrero del pueblo; Baker, para los propietarios de panaderías; Farmer, porque el negocio de la familia era la agricultura; Taylor, que viene de la profesión de sastre; y Cooper, antiguo término utilizado en inglés para referirse a quienes se dedicaban a la fabricación de barriles.

No fue sino hasta la era industrial que se comenzó a necesitar y a exigir otro tipo de producto: empleados. Como respuesta, el gobierno asumió la tarea de educar de forma masiva, y adoptó el sistema prusiano, sistema que, hasta la fecha, sigue siendo modelo para la mayoría de las escuelas occidentales del mundo.

¿Alguna vez te has preguntado de dónde vino la idea de jubilarse a los 65 años? Te responderé: de Otto von Bismarck, el presidente de Prusia en 1889. En realidad, el plan de Bismarck sugería la edad de 70, no 65 años, pero eso ya no importa mucho. Prometerles a sus adultos mayores una pensión garantizada cuando cumplieran 65 años no fue un riesgo económico demasiado grande para el gobierno de Bismarck. En aquel tiempo la expectativa de vida del prusiano promedio era de 45 años. En la actualidad hay tanta gente que llega a vivir hasta 80 o 90, que esa misma promesa muy bien podría llevar a la quiebra al gobierno federal en la próxima generación.

Si investigas la filosofía detrás de la educación prusiana, encontrarás que su propósito era producir soldados y empleados: gente que siguiera órdenes e hiciera todo lo que se le dijera. El sistema prusiano busca la producción masiva de empleados.

En las décadas de los sesenta y los setenta en los Estados Unidos, compañías como IBM

establecieron el concepto de “empleo para toda una vida”, como el patrón de oro de la seguridad laboral. Sin embargo, el empleo en IBM llegó a su punto más alto en 1985 y, a partir de entonces, todo el concepto de una carrera sólida y confiable en una empresa comenzó a decaer. Y sigue haciéndolo hasta la fecha. “Mientras GM avance, también lo hará el país.”

Y aquí estamos, medio siglo después, y las cosas no le están saliendo nada bien a GM. ¿Eso significa que Estados Unidos está destinado al fracaso? No: significa que el mito de la seguridad corporativa y el plan de los cuarenta años se acabó.

FIEBRE EMPRESARIAL

No quiero decir que el empleo sea algo negativo. Sólo estoy aclarando que es una de varias maneras de generar ingresos, y que es sumamente limitada. Y lo que sucede es que la gente se está dando cuenta de ello. Estas personas, incluyéndote a ti,

ya vieron que la única forma en que de verdad podrán tener lo que quieren en la vida es dando el primer paso en el camino del empresario.

Y por cierto, debo aclarar que no soy el único que lo nota. Tal vez no has escuchado hablar de Muhammad Yunus, autor de *Banker to the Poor*, pero el Comité del Premio Nobel de Oslo, Noruega, sí. De hecho, lo galardonaron en 2006 por su concepto de microcréditos para empresarios del Tercer Mundo. “Toda la gente es empresaria”, dice Yunus, “pero algunos no tienen la oportunidad de descubrirlo.”

La fiebre empresarial ha incrementado la velocidad de su crecimiento porque, cuando la economía desacelera, la actividad empresarial se exacerba. De hecho, los empresarios *prosperan* en los tiempos difíciles.

Yunus dijo esto *antes* de que la economía empezara a estancarse entre 2007 y 2008. Y ahora que se propagan todas las malas noticias financieras, más y más gente busca, de manera activa, la forma de hacer exactamente lo que dice el señor Yunus.

La fiebre empresarial ha incrementado la velocidad de su crecimiento porque, cuando la economía desacelera, la actividad empresarial se exacerba. De hecho, los empresarios *prosperan* en los tiempos difíciles. Cuando hay incertidumbre, siempre buscamos otras maneras de generar ingresos. Si sabemos que no podemos confiar en los empleadores, entonces comenzamos a buscar por nosotros mismos; creemos que ha llegado el momento de movernos de la zona de confort y ser creativos para lograr salir adelante en el aspecto económico.

Un estudio de la Reserva Federal de los Estados Unidos muestra que el valor neto del hogar promedio para los empresarios es cinco veces mayor al del valor de los empleados

convencionales. Esto significa que los empresarios tienen cinco veces más probabilidades de superar este descalabro sin grandes daños, e incluso con más fuerza que antes del mismo. Y eso sucede porque ellos crean su propia *solidez económica*.

Otro estudio reciente muestra que la mayoría de los votantes en los Estados Unidos consideran que la actividad es la clave para resolver la crisis económica actual. "La historia nos ha enseñado en muchas ocasiones que estas nuevas compañías y el espíritu empresarial son la mejor forma de reforzar una economía en recesión", explicó el director ejecutivo del estudio.

¿En serio?

Quizá esa "mayoría de votantes estadounidenses" que dice creer en el espíritu empresarial empezará a mover el trasero y, de verdad, *hará* algo al respecto. Creo que es posible; sin embargo, tampoco espero con ansiedad que eso suceda. En realidad, la economía en recesión que sí me interesa que se fortalezca es *la tuya*.

Tal vez atravesamos tiempos que son difíciles en el aspecto financiero para casi toda la gente, pero para algunos empresarios —aquellos que tienen una mente con suficiente apertura para entender lo que voy a explicar en los siguientes capítulos—, estos tiempos están impregnados de un gran potencial económico. Porque no solamente llegó el momento de tener tu propio negocio, también es el momento idóneo.

Como ya dije, cuando la situación se pone difícil, los más valientes sacan lo mejor de sí. Y si lo anterior es verdad —y yo sé que lo es—, entonces ya sólo nos queda responder dos preguntas.

La primera: ¿Estás dispuesto a ser de los más valientes?

Y si tu respuesta fue: "Sí", entonces la segunda es: ¿Qué implica sacar *lo mejor de ti*?

No puedo responder la primera pregunta por ti, pero sí sé con exactitud la respuesta a la segunda. Este libro es sobre lo que implica "sacar lo mejor de ti".

3

¿En dónde vives?

Así que has trabajado muy duro por años y has ido subiendo por la escalera. Quizá continúas muy cerca del principio de la misma o, tal vez, ya casi llegas a la cima. Pero eso no es lo importante. Lo que importa es esa pregunta que has olvidado y

que debiste preguntarte antes de invertir todo ese tiempo y esfuerzo en escalar: ¿En dónde está apoyada la escalera?

Stephen R. Covey señala que el problema no es cuán rápidamente o cuán alto subas, sino que la escalera esté apoyada en el muro incorrecto.

El propósito de este capítulo es que dejes de subir por un instante y verifiques la posición de tu escalera. Y si no estás feliz con ella, que encuentres el lugar a donde desearías moverla.

¿Cómo produces el dinero que ganas?

La mayoría de las personas asumen que su situación financiera está definida por lo que cada quien gana, lo que vale, o por una combinación de ambos. Y, sin duda, hay algo de verdad en ello. La revista *Forbes* define como "adinerada" a una persona que gana más de un millón de dólares al año (cerca de 83 333 dólares al mes, o poco

menos de 20 000 a la semana), y "pobre" a alguien que gana menos de 25 000 dólares al año.

Pero lo más importante no es la cantidad de dinero que generes, sino la *calidad* del mismo. En otras palabras, no se trata de cuánto hagas, sino de cómo y de su fuente de origen. Existen cuatro fuentes distintas de flujo de efectivo. Cada una es muy diferente a las demás, y cada una determina un estilo de vida específico que no tiene que ver con la cantidad de dinero que se genere.

Después de publicar *Padre Rico, Padre Pobre*, escribí un libro en el que se explicaba cada ámbito de estos cuatro tipos de ingresos. Mucha gente ha dicho que *El cuadrante del flujo de efectivo* es lo más importante que he escrito porque trata de asuntos fundamentales para quienes están listos para realizar cambios verdaderos en su vida.



El cuadrante de flujo de efectivo representa los distintos métodos en que se genera el ingreso de dinero. Por ejemplo, un *empleado* gana dinero con su empleo y trabajando para alguien más o para una compañía. El *autoempleado* es una persona que gana dinero trabajando para sí misma, ya sea como un operador autónomo o a través de un pequeño negocio. Los *dueños de negocios* tienen una empresa grande, que se define por lo general como un negocio de 500 empleados o más, y que genera ganancias. Los *inversionistas* ganan dinero por medio de sus distintas inversiones —dicho de otra forma, a través de dinero que produce más dinero.

E = **E**mpleado
A = **A**utoempleado
D = **D**ueño de negocio
I = **I**nversionista

¿A cuál cuadrante perteneces tú? Es decir, ¿de cuál cuadrante proviene la mayor parte del ingreso que utilizas para vivir?

EL CUADRANTE E

Una abrumadora mayoría aprende, vive, ama y deja esta vida por completo dentro del cuadrante E. Nuestro sistema educativo y cultural nos entrena, desde que nacemos hasta que morimos, a vivir en el cuadrante E.

La filosofía que opera en este mundo es la misma que mi padre pobre —mi verdadero padre —me enseñó y, probablemente, la misma que tú aprendiste al crecer: asiste a la escuela, estudia mucho, saca buenas calificaciones y consigue un buen empleo en una compañía importante.

EL CUADRANTE A

Impulsada por la necesidad de ejercer más libertad y autodeterminación, mucha gente migra del cuadrante E al A. Éste es el lugar adonde va la gente para "tener logros propios" e ir detrás del sueño americano.

El cuadrante A incluye un amplio rango de poder de ganancias, que va desde la adolescente *freelance* que cuida niños o hace paisajismo y que apenas va comenzando en la vida, hasta el muy bien pagado abogado, asesor u orador que tiene una firma propia.

Pero, sin importar si ganas 8 dólares la hora u 80 000 al año, el cuadrante A casi siempre resulta ser una trampa. Tal vez creíste que habías "corrido a tu jefe", pero, en realidad, lo único que sucedió fue que cambiaste de jefes. Sigues siendo empleado; la única diferencia es que, cuando quieres culpar de tus problemas al jefe, resulta que el jefe eres tú.

El cuadrante A puede ser un lugar muy ingrato y

hostil porque aquí todo mundo se desquita contigo. El gobierno se desquita contigo porque inviertes todo un día de la semana tan sólo para cumplir con tus obligaciones fiscales. Tus empleados se desquitan contigo, también los clientes, y tu familia también lo hace porque nunca pasas tiempo con ella. ¿Pero cómo podrías hacerlo? Si tomas tiempo libre, pierdes ventaja. No tienes tiempo libre porque, si quieres tomarte unos días, el negocio deja de producir dinero.

De una manera bastante objetiva, la “A” es una de *autoesclavizante*: realmente no eres dueño del negocio, más bien, el negocio es tu dueño.

EL CUADRANTE D

El cuadrante D es el lugar a donde va la gente que quiere crear grandes negocios. La diferencia entre un negocio de este cuadrante y uno del anterior es que en el cuadrante A, tú trabajas para el negocio, y en el D, el negocio trabaja *para ti*.

Yo tengo muchos negocios del cuadrante D,

entre los cuales se incluye mi compañía de manufacturas, el negocio de bienes raíces, empresas mineras, y otras.

Quienes viven y trabajan en el cuadrante D se protegen contra toda recesión porque tienen control sobre la fuente de su propio ingreso.

EL CUADRANTE I

Esto no es difícil en absoluto. Mi padre rico me enseñó a vivir en el cuadrante I, jugando Monopolio, y todos sabemos bien de qué se trata: cuatro casas verdes, un hotel rojo; cuatro casas verdes, un hotel rojo.

CAMBIAR DE EMPLEO NO SIGNIFICA CAMBIAR DE CUADRANTE

Ahora permíteme explicarte por qué es tan importante entender los distintos cuadrantes. ¿Cuántas veces has escuchado a alguien que se queja de su empleo, decide hacer un cambio y,

años después, termina quejándose exactamente de lo mismo que antes?

- Sigo trabajando y trabajando mucho, pero no logro progresar.
- Cada vez que recibo un aumento, se lo comen los impuestos y los gastos más fuertes en que necesito incurrir.
- Preferiría dedicarme a [llena los corchetes], pero en esta etapa de mi vida no puedo darme el lujo de volver a la escuela y aprender una nueva profesión.
- ¡Este empleo es una porquería!

Éstas y muchas otras quejas similares son típicas de una persona que está atrapada, no en cierto empleo, sino en un cuadrante completo. El problema es que, casi siempre, cuando la gente tiene la iniciativa de hacer un cambio drástico en su vida, lo único que hace es cambiar de empleo. Lo que se debe hacer es cambiar de *cuadrante*.

Liberarse de las típicas estructuras laborales y crear tu propio flujo de efectivo, te coloca en la mejor posición para enfrentar una tormenta económica por la sencilla razón de que, de esta manera, ya no dependes de que un jefe o la economía determinen tus ingresos anuales. Ahora *tú* eres quien decide.

La mayoría de la gente vive en el lado izquierdo —cuadrantes E y A—. Nos entrenan para vivir y crecer ahí. "Saca buenas calificaciones para que obtengas un buen empleo", nos dicen. Sin embargo, en el cuadrante D no importan las calificaciones, ya que tu banquero jamás te va a pedir tu boleta sino tus estados financieros.

Liberarse de las típicas estructuras laborales y crear tu propio flujo de efectivo te coloca en la

mejor posición para enfrentar una tormenta económica por la sencilla razón de que, de esta manera, ya no dependes de que un jefe o la economía determinen tus ingresos anuales. Ahora *tú* eres quien decide.

Por lo menos 80 por ciento de la población vive en lado izquierdo de este diagrama. Y, muy particularmente, siempre nos inculcan que en el cuadrante E encontraremos seguridad. Por otra parte, la libertad se encuentra en el lado derecho —el de los cuadrantes D e I. Si quieres mudarte a esa zona, puedes hacerlo. Pero si lo que deseas es esa relativa seguridad del lado izquierdo, entonces lo que compartiré en este libro tal vez no sea para ti. Pero es una decisión que sólo te corresponde a ti.

¿En cuál cuadrante vives?

¿En cuál cuadrante *quieres* vivir?

4

Tus valores financieros esenciales

Los cuadrantes de los que hablo no son solamente cuatro estructuras distintas de negocio. Tiene mucho más que ver con *estructuras mentales*. El cuadrante que elijas del que provengan tus

ingresos principales no tiene tanto que ver con circunstancias externas —educación, entrenamiento, la economía, o las oportunidades disponibles en tu entorno—, como con lo que realmente eres en lo más profundo. Es decir, con tus fortalezas, debilidades e intereses genuinos.

Es una cuestión de *valores financieros fundamentales*. Estas diferencias son las que nos atraen a, o repelen de los distintos cuadrantes.

Es importante entender esto porque significa que mudarse del cuadrante E o A al D no es tan sencillo como notificar un cambio de dirección en la oficina de correos. Aquí no sólo cambia lo que haces sino, de una forma bastante real, también se modifica *lo que eres*. O, por lo menos, *tu forma de pensar*.

A algunas personas les encanta ser empleadas, pero otras lo detestan. A algunas personas les fascina tener empresas, pero hay otras que no están interesadas en dirigirlas. A algunos les gusta invertir, pero otros sólo ven en la inversión el riesgo de perder su dinero. Casi todos tenemos un

poco de estos estereotipos. También es importante notar que es posible ser pobre o adinerado en cualquiera de los cuadrantes. Asimismo, vivir en alguno de ellos tampoco garantiza necesariamente el éxito financiero.

Tú puedes identificar en cuál cuadrante vive cualquier persona, con tan sólo fijarte en sus palabras. Cuando yo tenía nueve años, comencé a acompañar a mi padre rico mientras hacía entrevistas. Gracias a ellas, aprendí a escuchar e identificar los valores fundamentales de la gente, valores que, según mi padre rico, provenían del alma de cada persona.

Aquí te presento algunas de las frases que pueden surgir de los distintos cuadrantes, así como una muestra breve de sus respectivos valores.



VALORES DEL CUADRANTE E

"Estoy en busca de un empleo seguro, en el que me paguen bien y me brinden excelentes prestaciones."

Para alguien que vive en el cuadrante E, el valor fundamental es la *seguridad*.

Tal vez seas el extremadamente bien pagado vicepresidente de una empresa, pero aun así, tienes los mismos valores fundamentales que el encargado de intendencia que gana la décima parte de tu salario. Sin importar si se trata del intendente o del presidente, las personas del cuadrante E a menudo piensan cosas como: "Busco un empleo seguro y estable, con prestaciones." O: "¿Cuánto pagan por las horas extra?" O: "¿Cuántas vacaciones pagadas tenemos?"

Cada vez que tengo una conversación con alguien del cuadrante E y hablo sobre lo mucho que me gusta iniciar negocios nuevos, escucho frases como: "Sí, pero, ¿no es demasiado arriesgado?" Todos vemos la vida desde la

perspectiva que nos dan nuestros valores fundamentales. Lo que es emocionante para mí puede resultar aterrador para alguien más, por eso, cuando estoy con gente de los cuadrantes E y A, por lo general sólo hablo del clima, de deportes o de lo que se presenta en televisión.

VALORES DEL CUADRANTE A

"Si quieres que algo se haga bien, hazlo tú mismo."

Para la gente del cuadrante A, el valor fundamental es la *independencia*. Estas personas quieren libertad para hacer lo que desean. Cuando alguien dice: "Voy a dejar mi empleo y empezaré a trabajar por mi cuenta", ya dio el paso del cuadrante E al A.

Las personas del cuadrante A son, por lo general, propietarias de negocios pequeños, negocios familiares, especialistas y asesores. Tengo, por ejemplo, un amigo que instala pantallas de televisión de gran formato, sistemas telefónicos

y sistemas de seguridad en los hogares de gente rica. Mi amigo tiene tres empleados y está feliz de ser jefe de un equipo pequeño. Asimismo, es un A incondicional y muy trabajador. La gente de ventas que recibe comisiones, como los corredores de bienes raíces y los vendedores de seguros, siempre está en el cuadrante A. Este cuadrante también está lleno de profesionistas como doctores, abogados y contadores que no pertenecen a alguna empresa grande de salud, o servicios legales o contables.

Muy a menudo, la gente que vive en el cuadrante A muestra gran orgullo por el trabajo que produce con su propia mente o manos. Si los A tuvieran una canción para definirlos, tendría que ser "Nobody Does it Better", o "My Way". No obstante, detrás de esa fachada de independencia, no es raro encontrar falta de confianza en el enfoque que tienen esas personas en relación con los negocios —lo cual se extiende al enfoque en la vida porque, la forma en que nos manejamos en los negocios tiende a ser la misma en que nos manejamos en

todo lo demás.

Por lo general, a la gente de A se le paga por comisión o según la cantidad de tiempo invertida en un trabajo. Por ejemplo, a un A se le puede escuchar decir algo como: “Mi comisión es del 6 por ciento sobre el precio total de compra.” O: “Cobro cien dólares por hora.” O: “Mi tarifa es igual al costo más el diez por ciento.”

Siempre que conozco a alguien de los cuadrantes E o A, que tiene problemas para hacer la transición al cuadrante D, noto que se trata de una persona que tiene grandes habilidades de administración, pero pocas de liderazgo. Mi padre rico solía decir: “Si eres el líder del equipo y también eres la persona más inteligente del mismo, entonces el equipo está en peligro”. Muy a menudo, la gente del cuadrante A no sabe trabajar bien en equipo; e incluso llega a tener algunos problemas de ego.

Para moverse del cuadrante A al D, lo que se necesita no es un salto cuántico en lo que se refiere a habilidades técnicas, sino el desarrollo de la

capacidad de liderazgo. Como ya lo mencioné varias veces, en el mundo real los estudiantes que sacaban 10 a veces terminaban trabajando para los estudiantes que siempre sacaron 8. Y los estudiantes que sacaron 8 terminan trabajando para el gobierno.

Si alguna vez te has escuchando diciendo: "Si quieres que algo se haga bien, hazlo tú mismo", o si tiendes a pensar de esa manera, tal vez sería bueno que analizaras con detenimiento tu filosofía.

VALORES DEL CUADRANTE D

"Estoy en busca de la mejor gente para que se una a mi equipo."

Para la gente del cuadrante D, el valor fundamental es la *construcción de riqueza*.

Quienes comienzan de cero y construyen grandes negocios en el cuadrante D, por lo general son personas con una misión en la vida muy bien definida; que valoran la importancia de un buen equipo y la eficiencia del trabajo colectivo, y

quieren cooperar y trabajar con la mayor cantidad posible de gente.

En tanto que una persona del cuadrante A siempre quiere ser el mejor o la mejor en su campo, la del cuadrante D quiere construir un equipo con otras personas que ya son los mejores en *su* ramo. Henry Ford se rodeó de personas más inteligentes que él. Con mucha frecuencia, el empresario de A es la persona más inteligente o talentosa del lugar, pero no sucede lo mismo con el empresario del cuadrante D.

Si tienes un negocio en el cuadrante D, muy a menudo vas a tratar con personas mucho más inteligentes, experimentadas y capaces que tú. Mi padre rico no recibió educación formal pero yo llegué a verlo tratar con banqueros, abogados, contadores, asesores de inversión y expertos de otros ámbitos quienes, en muchos casos, tenían títulos de maestría y doctorado. Para reunir el dinero necesario para sus negocios, mi padre tenía que involucrarse con gente que tenía muchísimo más dinero que él. Si él se hubiera regido por la

frase: “Si quieres que algo se haga bien, hazlo tú mismo”, habría terminado siendo un fracaso total.

En lo que se refiere a la forma de remuneración, una persona que pertenezca de forma legítima al cuadrante D siempre podrá dejar su negocio algún tiempo y continuar recibiendo ganancias. En la mayoría de los casos, si alguien del cuadrante A deja de trabajar, el ingreso también se detiene. Por tanto, creo que en este momento deberías preguntarte: “Si dejara de trabajar hoy, ¿cuántos ingresos seguiría recibiendo?” Si tu ingreso se acaba en seis meses o menos, entonces lo más probable es que formes parte de los cuadrantes E o A. La gente de D e I puede dejar de trabajar durante años y seguirá recibiendo dinero.

VALORES DEL CUADRANTE I

“¿Cuál es mi retorno de la inversión?”

Lo que más valora la gente del cuadrante I es la libertad financiera. Al inversionista le encanta la idea de que el que trabaje sea su dinero y no él o

ella.

Estas personas invierten en muchas cosas. Pueden hacerlo en monedas de oro, bienes raíces, negocios, o en activos de papel como acciones, bonos y fondos mutualistas.

Si tu ingreso proviene de una compañía o de planes de retiro del gobierno, y no de tu conocimiento personal sobre inversión, entonces ese ingreso sale del cuadrante E. Dicho de otra manera, tu jefe o el negocio siguen pagando su parte correspondiente por tus años de servicio.

A un inversionista podrías escucharlo decir lo siguiente: "Yo recibo 20 por ciento de rendimientos sobre mis activos." O: "Muéstrame los estados financieros de la empresa." O: "¿Cuánto mantenimiento diferido existe sobre la propiedad?"

DIFERENTES CUADRANTES, DIFERENTES INVERSIONISTAS

Todos debemos ser inversionistas en el mundo

actual. No obstante, nuestros sistemas escolares no nos enseñan gran cosa sobre la inversión. Oh, ya sé que en algunas escuelas se enseña a elegir acciones pero, en mi opinión, eso no es invertir, es apostar.

Hace muchos años mi padre rico me explicó que los empleados invierten en fondos mutualistas o de ahorros. También dijo: "Que hayas tenido éxito en un cuadrante, como el E, el A o el D, no garantiza que también lo tengas en el cuadrante I. Muy a menudo, los doctores son los peores inversionistas."

Mi padre rico también me explicó que se invierte en distintas cosas dependiendo del cuadrante. Por ejemplo, en el cuadrante A se puede escuchar a alguien decir: "Yo no invierto en bienes raíces porque no quiero estar reparando retretes."

Si quieres ser rico, ***vas a tener que mudarte*****.**
No necesitas

un nuevo empleo, sino una *nueva dirección*.

Una persona del cuadrante D podría decir lo siguiente al referirse a la misma situación: “Quiero contratar a una buena compañía de administración inmobiliaria para que repare los retretes por las noches.” Es decir, un inversionista del cuadrante A creerá que tiene que hacer las reparaciones él mismo, en tanto que un inversionista de D contratará a otra compañía para que lleve a cabo el mantenimiento. Diferentes personas, diferentes perspectivas; diferentes cuadrantes, diferentes valores.

Seguramente para este momento ya sabes a dónde me dirijo. Todo se resume en una idea muy sencilla: Si quieres ser rico, *vas a tener que mudarte*. No necesitas un nuevo empleo, sino una *nueva dirección*.

Si quieres tener control sobre tu vida y tu destino, si quieres libertad de verdad —el tipo de libertad necesaria para dar órdenes, establecer tus horarios, pasar tiempo con tu familia y contigo,

para hacer lo que amas—, si quieres vivir la vida para la que naciste —sin miramientos; una vida de pasión, emoción y plenitud—, en breve, si quieres ser *rico* y vivir *como tal*, entonces llegó el momento de que empaques y te mudes.

Ha llegado el momento de salir del lado izquierdo del esquema, y mudarse a los cuadrantes D e I.

5

La forma de pensar del empresario

Al terminar la universidad me inscribí en una escuela tradicional de negocios para estudiar una

maestría, recibir entrenamiento y prepararme como empresario. Sólo duré ahí nueve meses antes de salirme. Sobra decir que no recibí el título de maestría al irme.

En la actualidad, las escuelas de negocios me invitan con frecuencia a hablarles a sus estudiantes en las clases de actividad empresarial. Y, naturalmente, creo que no tengo que decir que esto resulta una gran ironía.

Las preguntas que me hacen los estudiantes con mayor frecuencia son: "¿Cómo consigo inversionistas?" "¿Cómo puedo captar capital?" Entiendo bien estas preguntas porque también me atormentaron cuando abandoné la seguridad de un empleo tradicional y me convertí en empresario. No tenía dinero y nadie quería invertir en mí. Las grandes empresas de capital de inversión no se molestaban en tocar a mi puerta.

Entonces, ¿qué les digo a estos estudiantes de las escuelas de negocios? Pues, "Sólo hazlo. Hazlo sólo porque *tienes* que hacerlo. Si no, estarás fuera de la carrera."

_No_ es necesario que captes el capital para crear tu negocio, eso ya lo hizo alguien más. ¡Pero sí tienes que construir el negocio!

"Actualmente, a pesar de que tengo dinero, sólo me dedico a reunir capital. Es la labor más importante de un empresario. Captamos capital de tres grupos distintos de gente: clientes, inversionistas y empleados. Tu trabajo como empresario consiste en hacer que tus clientes compren tus productos. Si puedes hacer que los clientes te den dinero al adquirir tus productos, entonces los inversionistas también te lo darán en grandes cantidades. Y si tienes empleados, tu labor es hacer que produzcan y generen, por lo menos, diez veces más la cantidad que tú les pagas. Si no logras que tus empleados hagan esto, entonces estarás fuera del negocio, y si quedas fuera del negocio, entonces ya no será necesario

que captes más capital.”

Ésta *no* es la respuesta que esperan recibir los alumnos de maestría. La mayoría busca una fórmula mágica, una receta secreta o el plan rápido de negocios para volverse rico. Tampoco es la respuesta que los maestros esperan que les dé a los muchachos, porque los veo contonearse nerviosamente mientras hablo. ¿Por qué? Porque aunque esos maestros dan clases de actividades empresariales, no son empresarios, y por eso tienen empleos fijos con cheques de nómina constantes, y esperan obtener una plaza.

Mi punto es que tú no tienes por qué reunir dinero. De hecho, en el modelo de negocio que voy a compartir contigo en este libro, *no* tienes por qué captar el capital para construir tu negocio. Lo único que tienes que hacer es ¡concentrarte en el negocio mismo!

Aquí quiero explicar qué es lo que te define como empresario: *Que tú haces que las cosas sucedan*. Tú te levantas del asiento del pasajero, caminas hasta el frente del autobús y te pones al

frente del volante de tu propia vida.

¿QUÉ SE REQUIERE PARA SER EMPRESARIO?

Los empresarios son la gente más rica de la Tierra. Tú, como yo, conoces los nombres de estos famosos empresarios: Richard Branson, Donald Trump, Oprah Winfrey, Bill Gates, Rupert Murdoch y Ted Turner. Sin embargo, la mayoría de los empresarios adinerados es gente a la que tú y yo nunca conoceremos porque no atraen la atención de los medios, ellos tan sólo disfrutan de sus opulentas vidas.

A menudo escucho a la gente debatir sobre la pregunta: "¿Los empresarios nacen o se hacen?" Algunos creen que para ser empresario es necesario ser alguien especial o poseer una especie de magia. Pero para mí, ser empresario no es gran cosa: sólo haces lo necesario y ya.

Permíteme darte un ejemplo. En mi vecindario

vive una adolescente que tiene un próspero negocio de cuidado de niños, y contrata a sus compañeras de la secundaria para que trabajen para ella. Esta chica es una empresaria. Hay otro chico que tiene un negocio de trabajitos domésticos que realiza después de la escuela. Él también es un empresario. Los chicos casi nunca tienen miedo, en tanto que los adultos parece que es lo único que tienen.

Se necesita valor para descubrir, desarrollar y donarle tu genialidad al mundo.

En la actualidad hay millones de personas que sueñan con dejar su empleo, convertirse en empresarias y dirigir sus propios negocios. El problema es que para la mayoría de la gente su sueño es sólo eso: un sueño. Así pues, la pregunta que queda es: ¿Por qué tantos fracasan cuando tratan de perseguir su sueño de convertirse en

empresarios?

Tengo un amigo que es un excelente estilista. Es un mago en todo lo que se refiere a hacer que las mujeres se vean hermosas. Lleva años hablando sobre abrir su propio salón y, aunque tiene grandes planes, tristemente continúa trabajando a pequeña escala, a cargo de un solo asiento en un salón grande que le pertenece a alguien más, y llevándose mal con el dueño.

La esposa de otro de mis amigos se cansó de ser asistente de vuelo. Hace dos años dejó su trabajo y comenzó a estudiar en una escuela para ser estilista. Hace un mes inauguró su salón con todo y fanfarrias. El lugar tiene un ambiente sensacional, y ella logró convencer a algunos de los mejores estilistas de trabajar ahí.

Cuando el amigo del que hablé anteriormente se enteró del salón dijo: "¿Y cómo pudo abrir un salón? No tiene talento ni dones. Tampoco estudió en Nueva York como yo. Y, además, no tiene nada de experiencia. Le doy un año; después de eso creo que va a fracasar."

Tal vez fracase porque las estadísticas demuestran que 90 por ciento de los negocios fracasan en los primeros cinco años. Pero, por otro lado, quizá no fracase. El punto es que está haciéndolo. Ella logró aferrarse al impacto que tiene el valor en la formación de nuestra vida. *Se necesita valor para descubrir, desarrollar y donarle tu genialidad al mundo*.

De quienes ganan tres millones de dólares o más en la lotería de los Estados Unidos, 80 por ciento termina en bancarrota en los tres años siguientes a que recibieron el premio. ¿Por qué? Porque el mero hecho de tener dinero no te hace rico. Tal vez estas personas agregan números a sus cuentas bancarias, pero las cifras, por sí mismas, no enriquecen a nadie. Y eso sucede porque, sencillamente, las cifras no modifican la manera de pensar de nadie.

Tu mente es *infinita*, pero tus dudas la limitan. Ayn Rand, autor de *Atlas Shrugged*, dijo: "La riqueza es producto de la capacidad de un hombre para pensar." Así que si estás preparado para

cambiar tu vida, te voy a presentar un ambiente que le permitirá pensar a tu cerebro. Y serás cada vez más rico.

¿QUÉ QUIERES SER CUANDO CREZCAS?

Cuando era niño, con frecuencia mi verdadero padre me decía que tenía que asistir a la escuela y sacar buenas calificaciones para, después, poder conseguir un empleo seguro y estable. Sin saberlo, me programaba para el cuadrante E. Mi madre me instaba a que deseara convertirme en doctor o abogado. "De esa manera siempre tendrás una profesión que te respalde." Ella me estaba programando para el cuadrante A. Mi padre rico me decía que si quería crecer y volverme rico, tenía que convertirme en dueño de negocios e inversionista. Él me estaba programando para los cuadrantes D e I.

Al regresar de Vietnam tuve que decidir qué consejo seguiría. Tú tienes las mismas opciones.

Una de las razones por las que debes crear tu

propio negocio es para recuperar tu dignidad. Y por favor, no subestimes la importancia de esta razón. El mundo está lleno de bravucones y gente de mente cerrada, y si alguno de ellos resulta ser tu jefe, mánager, vecino o, incluso, tu amigo, te aseguro que no querrás que te siga mangoneando. Lo que necesitas es asumir el control de tu vida, tener el coraje de que no te importe si los otros quieren mangonearte. Necesitas tener libertad para pensar y actuar por ti mismo.

LA MENTE MASERATI

Ahora volvamos a hacernos esa pregunta: *¿En dónde vives?* Creo que ya te das cuenta lo que significa mudarse de un cuadrante de flujo de efectivo a otro. No son sólo estructuras distintas, sino perspectivas diferentes de vida.

Sí, todo tiene que ver con el negocio pero, al mismo tiempo, no, porque eso es sólo el exterior. Sentar a un granjero especializado en caballos tras el volante de un Maserati no lo convierte en

corredor de autos profesional. Necesita habilidades, entrenamiento y, lo más importante, *la forma de pensar* de un corredor de autos.

Sucede lo mismo en el ámbito financiero. Necesitas adoptar la estructura mental de un empresario que, a su vez, se resume en que el empresario decide por sí mismo.

Una de las mayores ventajas del *negocio del siglo XXI* es que casi todo el trabajo rudo ya lo hizo alguien más por ti.

Tú haces que las cosas sucedan, lo que significa que no puedes culpar a *nada* ni a *nadie* fuera de ti mismo.

Lo anterior no significa que tendrás que hacer todo tú mismo desde los cimientos, como yo lo hice con mi negocio. No, una de las mayores ventajas del negocio del siglo XXI es que casi todo el trabajo rudo ya lo hizo alguien más por ti, y que

tienes la oportunidad de trabajar con líderes experimentados cuyo compromiso para guiarte se enfoca totalmente en que tengas éxito.

Pero no te confundas: Si esto va a suceder para ti, tú serás quien haga que suceda. Y para que *todo esto* pase, necesito que adoptes la forma de pensar de un empresario. Si no lo haces, entonces no importará cuán prometedor sea el negocio ni cuán buenos sean tus maestros: el negocio enfrentará muchas dificultades para crecer.

El modelo de negocio que exploraremos en la Segunda parte de este libro es un Maserati, pero tú estarás al mando. Lo primero y más importante es que *se trata de ti*. ¿Estás preparado para tomar el volante? ¿Tienes idea de lo que se requiere para hacerlo?

6

¡Es hora de asumir el control!

Era 1985 y Kim, mi esposa, y yo no teníamos casa. Estábamos desempleados y nos quedaba muy poco

dinero de los ahorros; nuestras tarjetas de crédito estaban hasta el tope y vivíamos en un viejo Toyota café con asientos reclinables que usábamos como camas. Al final de una semana de dormir en nuestro auto, comenzamos a asimilar la dura realidad de quiénes éramos, lo que estábamos haciendo, y hacia dónde nos dirigíamos.

Después de que una amiga se percatara de nuestra desesperada situación, nos ofreció una habitación en su sótano. Cuando los amigos y la familia se enteraron de nuestros problemas, la pregunta más constante fue: "¿Y por qué no consiguen un empleo?" Al principio nos sentíamos tentados a explicar, pero era muy difícil aclarar las razones a nuestros bienintencionados inquisidores. Porque cuando hablas con alguien que valora mucho tener un empleo, es difícil explicarle por qué tú no quieres uno.

A veces ganábamos algunos dólares en trabajos poco comunes que hacíamos aquí y allá, pero sólo lo hacíamos para poder comer algo y tener gasolina en casa, es decir, en el auto.

Debo admitir que en momentos de profunda duda personal, la idea de un empleo seguro y estable, con un cheque de nómina, resulta bastante atractiva. Pero como lo que nosotros buscábamos no era la seguridad de un empleo, tuvimos que seguir presionando y viviendo día a día al borde del abismo económico. Sabíamos que siempre podríamos encontrar un empleo seguro, constante y pagado porque ambos nos habíamos graduado de la universidad y poseíamos habilidades, así como una sólida ética de trabajo. Sin embargo, eso no era lo que queríamos. Nosotros íbamos detrás de la libertad financiera.

Y para 1989, ya éramos millonarios.

Con mucha frecuencia escucho a la gente decir: "Se necesita dinero para generar más dinero", y creo que ésa es una reverenda estupidez. Es decir, ¡no estoy hablando de física nuclear! Para realizar nuestro viaje de la indigencia a una vida de millonarios, en tan sólo cuatro años, y luego hasta nuestra legítima libertad financiera en otros cinco, *no* necesitamos dinero. No lo teníamos cuando

empezamos y, de hecho, estábamos endeudados. Además, nadie nos dio nada en el camino.

Tampoco se requiere de educación formal. Una preparación universitaria es importante para quienes se dedican a las profesiones tradicionales, pero no para la gente que quiere generar riqueza.

Si no se necesita dinero para hacer dinero y tampoco una educación formal para aprender a vivir con libertad financiera, entonces, ¿qué es lo que se requiere? Un sueño, mucha determinación, disposición para aprender con rapidez, y la comprensión sobre cuál de los cuadrantes del flujo del dinero operas.

EL TRABAJO DURO NO TE VOLVERÁ RICO

En nuestra cultura existe la extraña idea de: “Si trabajas realmente duro, estarás bien.” ¡Pero qué tontería! Y lo más trágico es que a la mayoría la han convencido de esto, ¡la gente se lo cree a pesar de que nos rodean toneladas de evidencia de

lo contrario!

¿Cuál evidencia? Sólo mira a tu alrededor. ¿Conoces a alguien que haya trabajado con verdadero ahínco toda su vida y que haya terminado viviendo una vida apenas por encima —o por debajo— de esa indignidad y descorazonadora realidad llamada "nivel promedio de subsistencia"?

Naturalmente. Todos conocemos a alguien así porque el mundo está repleto de gente que trabajó duro y que, en definitiva, *no* se encuentra bien. Y tal vez lo peor del asunto es que muchos de esos desafortunados han llegado a la conclusión de que todo fue su culpa, de que fracasaron en lo personal. Porque hicieron todo bien, ¿verdad? Y aun así, las cosas no funcionaron. Tal vez no se esforzaron lo suficiente o no tuvieron golpes de suerte. Quizá sólo no nacieron para tener éxito.

Tonterías. El problema es que el mito del trabajo arduo es sólo eso: un mito.

Ahora bien, no me malinterpretes. No quiero decir que construir riqueza y alcanzar la libertad

financiera no exija trabajar con ahínco; naturalmente exige esfuerzo, y mucho. Espero que no seas tan ingenuo como para creer lo que muchos idiotas te dirán: que pueden enseñarte una manera sencilla, rápida o indolora de conseguir riqueza. Porque si eres suficientemente ingenuo para creer algo así, conozco un puente que puedes comprar a un excelente precio —así como todo un sistema de hipotecas *subprime* y *credit-default swaps* que, estoy seguro, son perfectos para ti.

No, por supuesto que implica trabajo arduo. La pregunta es: ¿Trabajo arduo haciendo qué?

Creo que ya te escucho pensando: "¡¿Haciendo qué?! ¡Pues dinero, por supuesto!" Pero no vayas tan rápido porque ahora te diré la fría y terrible verdad que subyace al terrible error que se comete en el pensamiento de nuestra cultura:

> Trabajar duro para hacer dinero jamás dará riqueza como resultado.

La gente que trabaja para conseguir ingresos

trabaja más y más cada vez, y siempre paga más y más impuestos. Olvídate de trabajar mucho para hacer dinero, porque todo lo que terminarás haciendo será gastarlo y tener que trabajar más y más otra vez.

Quizá te preguntes: "Muy bien, ¿entonces qué hago?" *Asumes* el control.

¿El control de qué? Después de todo, hay muchísimas cosas en la vida que *no se pueden* controlar a pesar de todos los esfuerzos. No puedes controlar el mercado. No puedes controlar a los empleados. No puedes controlar la economía. ¿Entonces qué *sí puedes* controlar? Puedes controlar la fuente de tus ingresos.

EL PROBLEMA

La mayoría de la gente rica logró su fortuna gracias a la construcción de un negocio. Bill Gates construyó Microsoft; Michael Dell creó Dell Computers en su habitación en los dormitorios de la universidad. No obstante, desde la perspectiva

histórica, hay muy, pero muy pocas personas que han vivido de verdad en el cuadrante D. El cuadrante D es el mejor lugar para empezar a generar riqueza genuina, pero, al mismo tiempo, existen algunas barreras que te impiden entrar y que han mantenido afuera a la mayoría.

Para empezar, la mayoría no tiene el dinero que se necesita para echar a andar un negocio propio. En la actualidad se necesita un promedio de cinco millones de dólares para comenzar una empresa propia. Y, por otra parte, construir tu propio negocio de cero continúa siendo la manera más riesgosa de volverse rico. El índice de fracaso para los negocios nuevos es de cerca de 90 por ciento en los primeros cinco años —y si fallas, adivina quién sale perdiendo esos cinco millones —. Al principio, cuando acababa de comenzar mis negocios, fracasé dos veces y, aunque nunca me permití caer en quiebra (¡y jamás me ha tenido que rescatar el gobierno!), sí perdí millones de dólares.

Por lo general, cuando comienzas tu propio

negocio tienes que asegurarte de que la renta, los materiales y el resto de los gastos de infraestructura estén pagados; que los empleados reciban su sueldo y los proveedores su pago. De otra manera, quedarás fuera del negocio. Así que, ¿adivina quién es el único que no cobra? Tú. En el proceso de iniciar un nuevo negocio —y aquí voy a hablar de un negocio *exitoso*—, pueden pasar entre cinco y diez años que no recibas un cheque de nómina.

¿Nos recuerdas a Kim y a mí durmiendo en nuestro viejo Toyota? No fue divertido. Pudimos haber tenido de inmediato los empleos que nos habrían ayudado a conseguir un techo pero, así de miserable como era la situación (¡y créeme que lo era!), elegimos la indigencia en vez del empleo porque creímos en nuestro sueño de convertirnos en los propietarios de un negocio y de vivir en el cuadrante D.

La mayoría de la gente carece de la fuerza mental, emocional, física y financiera para manejar este tipo de condiciones. El proceso puede ser

brutal; generalmente lo es.

¿Y QUÉ HAY SOBRE LAS FRANQUICIAS?

Tener una franquicia disminuye gran parte del riesgo. Con un negocio de franquicia bien establecido, como McDonald's o Subway, las probabilidades de tener éxito se incrementan de manera significativa y, además, la mayor parte del trabajo ya la hizo alguien más. Sin embargo, aún estarás atorado con el problema número 1: conseguir el dinero. El costo de adquirir una de las franquicias más conocidas puede ir desde cien mil dólares, hasta los 1.5 millones, o incluso más, y eso sólo cubre los derechos de la franquicia. Luego tienes los gastos mensuales que se pagan al centro de operación para que te brinden entrenamiento, publicidad y apoyo.

Incluso dicho soporte no garantiza que obtendrás gran riqueza. En muchas ocasiones, el franquiciatario tiene que seguir pagándole una enorme cantidad de dinero al franquiciante o al

centro de operación, aun cuando su sucursal esté perdiendo dinero. Incluso si eres de las personas que llega a tener éxito con una franquicia, lo más probable es que no generes dinero para ti mismo en los primeros años. Por si fuera poco, una de cada tres franquicias, tarde o temprano, fracasa.

Teniendo cincuenta años mi padre pobre tuvo la temeridad de lanzarse como candidato a la gubernatura de Hawái; y el individuo contra quien se lanzó era su jefe. Mi padre no sólo perdió la elección, su jefe lo despidió y lo amenazó diciéndole que jamás volvería a trabajar en Hawái. Entonces mi padre sacó todos sus ahorros del banco y los usó para comprar una popular franquicia, una de esas que se autodenominaban: "La franquicia con la que nunca perderás."

La invencible franquicia se fue al demonio y lo mismo pasó con mi padre. De hecho, él terminó perdiéndolo todo.

Una franquicia es una excelente idea, pero sólo en teoría. En realidad es como apostar, y es una apuesta en la que tienes que invertir una fortuna tan

sólo para adquirir el derecho de sentarte a la mesa y participar en el juego.

EL PODER DEL PASIVO INGRESO

¿Alguna vez has usado uno de esos grifos con resorte que se han instalado en ciertos lugares para ahorrar agua? Cuando abres la llave del agua tienes que mantener el grifo presionado porque, si lo sueltas, regresa a la posición de cerrado.

La mayor parte de los ingresos de la gente funciona de la misma manera que ese tipo de grifo: primero logras que fluya algo de dinero, y luego, cuando sueltas, se acaba el flujo. De esa manera no se puede construir libertad financiera. Lo que necesitas es un grifo económico que puedas soltar una vez que lo hayas abierto, y que el dinero continúe fluyendo porque el grifo *se mantiene abierto*.

No sólo se trata de recibir ingresos hoy, mañana y la próxima semana, sino de asegurar tus ingresos a perpetuidad. Eso es el *ingreso pasivo*, también

conocido como ingreso residual. Es decir, un ingreso que continúa fluyendo de manera constante, incluso hasta después de que se hayan acabado el esfuerzo y el capital depositados para crear la fuente de dicho ingreso.

El hecho de mudarte al cuadrante D representa, por sí mismo, un paso importante en esa dirección, sin embargo, no todos los negocios llegan a generar ingreso pasivo. Si tienes un restaurante, sólo puedes obtener ingresos cuando preparas y vendes una comida. Si tu negocio instala acondicionadores de aire entonces sólo recibes ingresos cuando provees dicho servicio. Incluso los doctores y abogados muy bien pagados sólo obtienen dinero cuando dan consulta o brindan asesoría a sus clientes. Si los pacientes y los clientes no requieren del conocimiento y los servicios del profesionista en una semana específica, entonces el grifo del ingreso se cierra de nuevo y no hay dinero en ese lapso.

Lo que la mayoría de la gente necesita es una forma de crear ingreso pasivo. Donald Trump lo

sabe muy bien, y por eso él y yo formamos un equipo para evaluar los distintos tipos de estructuras de negocios que pueden producir ingreso pasivo. Los resultados los publicamos en un libro que intitulamos *Queremos que seas rico*.

Pero, por cierto, no creas que es sólo el título del libro. En verdad queremos que seas rico. La riqueza no es sólo un juego de suma cero; si llegas a tener dinero, no nos lo estarás quitando ni a Donald ni a mí, ni a nadie más. El nuestro es un mundo de abundancia asombrosa y hay más energía, material, ingenuidad, creatividad y ambición para que *todo ser humano* del planeta sea adinerado.

¿Y qué fue lo que descubrimos? Que, entre todos, sobresalía un modelo específico de negocio. Este modelo genera ingreso pasivo y no exige más que una cantidad relativamente mínima para echarlo a andar. Tiene un costo general muy bajo y se puede operar con base en un medio tiempo bastante flexible hasta que genere suficiente flujo de dinero para que el empresario

pueda dejar su empleo actual de tiempo completo.

El modelo de negocios al que me refiero se llama *redes de mercadeo*, y hablaremos de él en lo que resta del libro.

SEGUNDA PARTE

Un negocio, ocho activos para la creación de riqueza

Ocho razones por las que las redes de mercadeo pueden asegurar tu futuro

7

Mis años en el negocio

Tengo que comenzar a hablar de este tema con toda la transparencia posible: yo *realmente* jamás he estado “en” el negocio de redes de mercadeo.

No soy distribuidor ni propietario de una compañía que funcione a través de redes de mercadeo, ni tengo intereses financieros particulares en alguna empresa de este tipo. Asimismo, no tengo el propósito de promover a alguna empresa específica. Sin embargo, he estado bastante involucrado con esto durante años porque he sido defensor y apologista del negocio de redes de mercadeo de forma general, y en este capítulo te voy a explicar por qué.

Conocí las redes de mercadeo en 1975 cuando un amigo me invitó a la presentación de una nueva oportunidad de negocios. Como siempre investigo los negocios y las oportunidades de inversión que me ofrecen, acepté ir aunque me pareció un poco extraño que la reunión fuera en un domicilio particular y no en una oficina.

Escuché por tres horas mientras mi amigo hablaba sobre el valor de construir tu propio negocio en lugar de trabajar para alguien más. Estuve de acuerdo con la mayor parte de los señalamientos que hizo. Al final de la velada, mi

amigo me preguntó qué pensaba sobre lo que me había explicado. “Es interesante”, contesté, “pero no es para mí”.

Yo ya estaba profundamente involucrado en el proceso de construir un negocio. ¿Por qué tendría que construirlo con alguien más? Además, se trataba de *redes de mercadeo* y yo en realidad no tenía idea de lo que eso significaba. Por supuesto, *creía* saberlo y, por tanto, estaba seguro de que no había nada valioso en ello para mí.

Poco después de mi primera reunión de redes de mercadeo, el negocio de carteras deportivas que había fundado con dos amigos comenzó a prosperar. Mis dos años de arduo trabajo empezaban a recompensarme. El éxito, la fama y la fortuna parecían llovernos a mis dos socios y a mí. Nos habíamos propuesto ser millonarios para cuando tuviéramos treinta años y, gracias a todo el trabajo y sacrificio, al fin habíamos logrado nuestro objetivo. La compañía y los productos aparecían en revistas como *Surfer, Runner's World* y *Gentleman's Quarterly*. Éramos lo más

novedoso y candente del mundo de los artículos deportivos, y nos llegaban propuestas de todo el mundo. Yo era un éxito rotundo.

Jamás volví a pensar en las redes de mercadeo, al menos, no en los siguientes diez años.

LA APERTURA DE LA MENTE

Durante los años siguientes mi mente comenzó a abrirse. Aquel increíblemente exitoso negocio fracasó tan sólo unos años después de que lo eché a andar. Fue una experiencia aleccionadora y muy positiva porque me hizo observar con mayor cuidado el mundo que me rodeaba, y me obligó a hacerme preguntas. Comencé a asimilar más de lo que mi padre rico me había enseñado, y mi perspectiva se expandió. No pasó mucho tiempo antes de que construyera otro negocio exitoso, y luego otro, y otro, y, a diferencia del primero, los demás sí duraron.

Comprendí que aunque el éxito personal puede ser muy gratificante, lo es mucho más cuando puedes ayudar a otros a tener éxito también.

En aquellos años también me vi fuertemente atraído a la idea de no sólo enriquecerme, sino de encontrar maneras de ayudar a otros a hacerlo. Comprendí que aunque el éxito personal puede ser muy gratificante, lo es mucho más cuando puedes ayudar a otros a tener éxito también.

Los siguientes quince años me la pasé escuchando comentarios negativos respecto al negocio de redes de mercadeo, por lo general, por parte de gente a la que conocía. Pero llegó un momento en que decidí investigar por mí mismo.

A principios de los noventa me encontré a un amigo llamado Bill que era un multimillonario retirado. Nos pusimos a hablar y, entre una cosa y otra, ¡Bill me dijo que estaba involucrado en la

creación de un negocio de redes de mercadeo!

Bill es un individuo muy agudo y avezado. Yo sabía que acababa de terminar unos proyectos de bienes raíces comerciales con un valor de más de mil millones de dólares. Le pregunté por qué demonios estaba metido en redes de mercadeo.

"Por muchos años", me dijo, "la gente me ha pedido recomendaciones sobre inversión en bienes raíces. Quieren saber si pueden invertir conmigo, pero eso no es posible porque la mayoría no cuenta con los 50 000 o 100 000 dólares que se necesitan para participar en el nivel de inversiones que manejo".

Continuó: "De hecho, muchos de ellos no tienen nada de dinero. Algunos están a dos quincenas de la bancarrota. Por eso buscan esos negocios baratos para los que casi no se necesita capital y que, por lo regular, resultan ser muy malas inversiones. En las redes de mercadeo en verdad puedo ayudarle a la gente a generar el dinero que necesita para hacer una inversión seria. Entre más gente ayudo, ¡más inversionistas tengo!"

"Además", añadió, "realmente me encanta trabajar con gente que tiene deseos de aprender y crecer. Es horrible trabajar con personas que creen que lo saben todo, cosa que casi siempre termina sucediendo en mis inversiones en bienes raíces. A la gente con la que trabajo en las redes de mercadeo le emocionan las ideas nuevas de forma genuina".

Después de unos minutos más de conversación tuve que irme corriendo al aeropuerto pero, meses después, continuamos nuestra conversación y, al hacerlo, creció mi respeto por las redes de mercadeo y lo que éstas representaban.

En 1994 empecé a investigar esa industria a conciencia. Fui a todas las presentaciones de las que me enteré y escuché con cuidado todo lo que me dijeron. Estudié los libros de varias empresas, revisé sus cifras y las examiné minuciosamente. Todo esto lo hice con la misma diligencia con que siempre investigo cualquier plan de negocios en el que considero invertir. Incluso, cuando llegó a gustarme lo que vi, me uní a varias compañías

para poder aprender más sobre ellas y vivir la experiencia desde el interior.

Al final terminé reuniéndome con algunos de los líderes de esas empresas, y me sorprendió descubrir que eran algunas de las personas más inteligentes, amables, éticas, rectas, espirituales y profesionales que había conocido en todos los años que llevaba en los negocios. Cuando estuve más allá de mis propios prejuicios y conocí a gente a la que pude respetar y con quien pude identificarme, supe que había llegado al corazón de esa industria. Y me asombró lo que encontré.

Cuando me topé por primera vez con el concepto en aquella primera reunión de 1975, mi mente había estado cerrada. Ahora, veinte años después, mi visión es otra por completo.

A menudo me preguntan: “¿Por qué le recomiendas a la gente el negocio de redes de mercadeo como un medio para crear riqueza, si tú no creaste la tuya de esa manera?”

Y de hecho, lo recomiendo *precisamente* porque yo no hice mi fortuna a través de las redes

de mercadeo. Gracias a eso puedo ser suficientemente objetivo respecto a esta industria. Llegué a apreciar este negocio como un observador externo, toda vez que ya había construido mi riqueza y alcanzado la libertad financiera.

De todas maneras, si tuviera que volver a hacer todo lo que he hecho, si tuviera que empezar de cero, en lugar de construir un negocio de manera tradicional, lo haría a través de las redes de mercadeo.

Y ENTONCES, ¿QUÉ SON EXACTAMENTE *LAS* REDES DE MERCADEO?

Ya mencioné que nunca he estado realmente involucrado en redes de mercadeo como participante directo, pero conozco a alguien que sí y, por eso, lo invité a unirse a mí en estas páginas para que comparta contigo algunas de sus reflexiones.

Mi amigo John Fleming comenzó como arquitecto (alguna vez trabajó para el legendario Mies van der Rohe), y ésa es una de las razones por las que admiro su visión de las redes de mercadeo: John le infunde a su negocio la misma pasión que tiene por el diseño práctico y la construcción funcional. Dicho de otra manera, John es un hombre que aprecia el valor de construir estructuras que perduran.

John les ha inyectado a estas páginas casi cuarenta años de experiencia en redes de mercadeo. Él ha tenido una empresa y la ha operado por sí mismo, y también ha tenido distintos puestos ejecutivos en compañías ajenas, incluyendo una estancia de quince años en una de las compañías más grandes y respetadas. Ahí trabajó como vicepresidente regional, y luego como vicepresidente de estrategias de venta, entrenamiento y desarrollo. También ha estado involucrado en varios grupos de intercambio de la industria; en 1997, la Direct Selling Education Foundation le otorgó su galardón más importante,

el Premio del Círculo de Honor. Actualmente John trabaja como editor en jefe de *Direct Selling News*, una reconocida publicación de negocios que beneficia a ejecutivos de ventas directas y de redes de mercadeo.

Robert: John, para aquellos lectores que aún no lo sepan, ¿qué son exactamente las redes de mercadeo y qué es lo que las hace funcionar?

John: Las redes de mercadeo han existido desde mediados del siglo pasado en distintos formatos. La idea básica es sencilla y brillante: en lugar de gastar toneladas de dinero en toda suerte de agencias profesionales y canales de mercadeo para promover productos o servicios, ¿por qué no mejor pagarle a la gente que los adora para que les hable a otros sobre estos productos y servicios?

Eso es precisamente lo que hace una empresa de redes de mercadeo: le devuelve, como pago, una parte de cada dólar recibido por ventas, a su red de representantes independientes quienes, por lo

general, también son los consumidores más comprometidos y entusiasmados con los productos.

Robert: Déjame hacer el papel de abogado del diablo por un instante. ¿Cómo es que puede funcionar todo esto? Es decir, ¿puede un grupo de personas comunes y corrientes, que no son vendedores profesionales, competir de verdad y generar un nivel serio de ventas?

John: De hecho, eso es lo mejor de todo. Como muy bien lo sabe todo profesional de marketing, todo productor de Hollywood y gigante corporativo, la forma más poderosa de publicidad es la de boca en boca. Por eso los comerciales de televisión gastan millones de dólares para contratar a actores que hablen igual que tu mamá, tu cónyuge, tu mejor amigo o tus hijos: porque están imitando la recomendación personal de boca a boca.

En las redes de mercadeo usamos la técnica

original. El verdadero poder de este modelo —eso de lo que tú hablas, Robert, el *apalancamiento*—, radica en que, como representante, no sólo recibes comisiones por los productos que use la gente a la que pongas en contacto con la empresa, sino también por los productos adquiridos por la gente recomendada por *tus* referidos. De forma directa e indirecta, esto realmente puede ir añadiendo valor.

Entonces, ¿funciona? Tú sabes la respuesta. Actualmente, las ventas directas o redes de mercadeo producen más de 110 mil millones de dólares anuales en todo el mundo, lo que equivale a un bloque económico del tamaño de Nueva Zelanda, Paquistán o Filipinas, aproximadamente. (A menudo describo este modelo de negocio con ambos términos: "ventas directas" y "redes de mercadeo" porque, hoy en día, la mayoría de las empresas de ventas directas emplean el enfoque de redes de mercadeo. No obstante, para propósitos de claridad en este libro, de aquí en adelante sólo usaré el término "redes de mercadeo" en todas mis referencias.)

Una de las razones por las que las ventas totales a través de redes de mercadeo continúan creciendo es porque se trata de una situación en la que todos ganan. La empresa obtiene un nivel asombroso de penetración en el mercado y una conciencia del cliente, que serían muy costosas y difíciles de conseguir a través del mercadeo tradicional. El representante independiente, por su parte, tiene la oportunidad de generar una cantidad interesante de flujo de efectivo.

¿Cómo? Al controlar el poder de la recomendación de boca en boca, de persona a persona, y construir con él una red sustancial que represente la línea de productos y/o servicios de la empresa.

Robert, tú has dicho que los negocios del cuadrante D tienen, por lo menos, quinientos empleados. En las redes de mercadeo no contratas empleados, sólo patrocinas a individuos que se manejan como representantes independientes. Sin embargo, en ambos casos aplica la misma dinámica económica: para cuando tu red de

representantes independientes crece a 300, 400 o 500, entonces ya cuentas con una organización seria que entrega un ingreso residual muy considerable.

LO QUE DICEN OTRAS PERSONAS SOBRE LAS REDES DE MERCADEO

Como John dice, el modelo es poderoso porque *sí funciona* y, por cierto, nosotros no somos los únicos que lo aseguramos.

Tom Peters, el legendario experto en administración y autor del clásico *bestseller, In Search of Excellence*, describe las redes de mercadeo como: “El primer cambio verdaderamente revolucionario en el comercio desde la llegada del mercadeo ‘moderno’ que se llevaba a cabo en Procter and Gamble, y la Harvard Business School, hace más de cincuenta años.”

El creciente éxito de las redes de mercadeo se ha registrado en publicaciones tan importantes

como *Forbes, Fortune, Newsweek, Time, U.S. News & World Report, USA Today, The New York Times*, y *The Wall Street Journal*. Hace quince años no habrías podido conseguir que alguno de estos diarios y revistas le dieran tratamiento exclusivo a este tipo de negocio. Pero ahora, mira lo que se escribió respecto a las redes de mercadeo en una edición reciente de *Fortune*:

> El sueño de un inversionista… el secreto mejor guardado en el mundo de los negocios… una industria con un crecimiento anual constante, jugosos flujos de efectivo, altos rendimientos sobre capital invertido, y prospectos de expansión global a largo plazo.

Hoy en día, muchos expertos y personas destacadas en el mundo de los negocios reconocen a las redes de mercadeo como uno de los modelos de

negocio de
mayor crecimiento en el mundo.

Warren Buffett y Richard Branson no podrían ser más distintos. Buffett maneja una camioneta pickup y vive en Omaha; Branson vuela en su propia aerolínea y vive en su isla, en las Islas Vírgenes Británicas. No obstante, tienen tres cosas en común. Ambos son multimillonarios, son hombres extremadamente prácticos y ambos poseen compañías de redes de mercadeo.

¿No te dice eso algo?

Citigroup, Jockey, L'Oreal, Mars, Remington y Unilever: adivina qué tienen en común. Sí, todas ellas han metido los pies en el agua de las redes de mercadeo y, en algunos casos, se han metido hasta que el agua les llega a la cintura.

Hoy en día, muchos expertos y personas destacadas en el mundo de los negocios reconocen a las redes de mercadeo como uno de los modelos de negocio de mayor crecimiento en el mundo.

8

No se trata del ingreso, se trata de los activos que generan ingresos

---

No resulta sorprendente que muchas personas no

entiendan el valor de las redes de mercadeo: ni siquiera muchos de quienes están involucrados en ellas entienden por completo el valor de lo que tienen en las manos.

La pregunta que se hace con mayor frecuencia cuando la gente va a escuchar presentaciones de redes de mercadeo es: "¿Qué cantidad puedo ganar aquí si me uno al negocio?" Y tampoco es sorprendente que cuando escuchas a la gente promover su negocio de redes, de lo que más hable sea precisamente de eso: ¿cuánto puedes ganar al mes?

La gente quiere saber cuánto puede ganar por mes porque piensa en términos de vivir en los cuadrantes E o A. Piensa en remplazar el ingreso que actualmente recibe en los cuadrantes E o A. Sin embargo, ahí no radica el valor de las redes de mercadeo.

El problema de ganar ingresos es que se trata de un proceso increíblemente restrictivo y lineal. Trabajas una hora y ganas un dólar; trabajas dos horas y ganas dos dólares. Todo depende de ti, lo

cual significa que no puedes detenerte nunca. Como ya lo mencioné anteriormente, se trata de una trampa. La mayoría de la gente siente esto, de forma instintiva, pero también supone que la mejor manera de salir de la trampa es ganar más dinero. Sin embargo, obtener más ingresos no cambia el hecho fundamental de que sigues atado a ellos. De hecho, conseguir más ingresos sólo sirve para ahorcarse más.

En los cuadrantes D e I, el objetivo no es obtener un mayor ingreso, sino poseer activos que lo *generen*.

LA VERDAD ACERCA DE TU CASA

La mayor parte de las cosas que la gente considera activos, no lo son y, de hecho, se trata de pasivos.

Lo que define si algo es un activo o un pasivo es el flujo de efectivo y no alguna abstracción respecto al valor. En otras palabras, ¿genera dinero que llega a tu bolsillo?, ¿o sólo saca dinero de él? Sólo hay dos opciones: las cosas o te dan

dinero, o te cuestan dinero. Si algo no te genera dinero, entonces no es un activo, es un pasivo.

Durante muchos años, la gente ha estado usando sus casas como cajeros automáticos: piden dinero respaldándose con ellas, sólo para devorar el efectivo con que pagan sus tarjetas de crédito, toman vacaciones, compran esa camioneta, o lo que sea. Tal vez hasta tú mismo lo has hecho. Si así es, la razón por la que lo hiciste es que te creíste la noción de que tu casa es un activo y no sabes la verdad: que, en realidad, es una tarjeta de crédito que te da comezón en las manos y que tiene una ancha puerta de salida.

Déjame explicarte lo que es un activo. A mucha gente le confunde este concepto porque lo entienden a la inversa. Estas personas corren al diccionario y encuentran que activo es algo que "tiene valor". Bien, puede ser, pero el problema radica en esa palabra tan engañosa, *valor*. Permíteme hacer una pregunta:

¿Cuánto vale tu casa?

Antes de contestar, déjame hacerte la misma

pregunta, pero de otra manera:

¿Cuánto ingreso genera tu casa, mes a mes?

Lo más probable es que respondas, "Pues, nada. De hecho, cada mes gasto bastante en ella por concepto de mantenimiento, reparaciones y otros rubros."

Así es. *Y eso sucede porque tu casa no es un activo; es un pasivo*. "Pero, espera un minuto", dirás: "¡Mi casa vale unos cuantos miles de dólares!"

¿Ah, sí? ¿Cuándo? ¿Cuando la vendas, teóricamente, en algún momento en el futuro? Pero, ¿y entonces?, ¿en dónde vas a vivir?, ¿vas a tomar lo que obtuviste por la venta de tu casa y comprar otra para vivir en ella? Por supuesto. Entonces, ¿en dónde queda el valor?, ¿el ingreso discrecional que puedes conservar y usar para comprar o invertir en cualquier cosa que desees? Pues no está ahí. *Tu casa no es un activo, es un hueco en la tierra, al cual no dejas de arrojar dinero*.

¿CÓMO DISTINGUIR UN ACTIVO DE UN HUECO EN LA TIERRA?

Olvídate de la definición de diccionario por un momento y hablemos del mundo real. Un activo es algo que trabaja para ti para que no tengas que trabajar por el resto de tu vida. Mi padre pobre siempre decía: “Trabaja por un empleo.” Mi padre rico decía: “Construye activos.”

La mayor ventaja de vivir en el cuadrante D es que, cuando construyes un negocio, también construyes un activo.

Nuestro negocio de Padre Rico tiene oficinas en todo el mundo, por eso no importa si estoy trabajando, durmiendo o jugado golf: los cheques no dejan de llegar. A eso me refiero con ingreso pasivo o residual. Yo jamás trabajaría arduamente por un empleo, pero sí por construir activos, por el sencillo hecho de que pienso como una persona rica y no como una perteneciente a la clase trabajadora.

Y como poseer un negocio es poseer un activo,

al construir un negocio de redes de mercadeo, no solamente estás aprendiendo habilidades fundamentales para la vida, también construyes un activo de verdad para ti mismo. En un empleo ganas ingresos, pero en las redes de mercadeo, en lugar de obtener ingresos, construyes un activo —que es el negocio mismo—, y produces *ingresos generados a través de activos*.

Yo sólo invierto en cosas que producen dinero. Si me da ingresos, entonces en un activo; si me quita dinero, entonces es un pasivo. Por ejemplo, tengo dos porsches, y ambos son pasivos. Me pertenecen por completo, pero no me generan nada de dinero, al contrario, me lo quitan. Es muy sencillo de entender; no es física nuclear.

Para la gente que entiende lo anterior, el activo núm. 1 es, casi siempre, un negocio, y el núm. 2, los bienes raíces. E incluso en el caso de los bienes raíces tienes que entender la diferencia entre flujo de efectivo y ganancias de capital. La mayoría de la gente no distingue entre uno y otro, y cuando invierte, lo hace para obtener ganancias de

capital. Dicen, por ejemplo: “Mi casa aumentó de valor”, o “el valor de mi auto se incrementó”, y eso es ganancia de capital, no flujo de dinero.

El propósito de poseer bienes raíces es conservarlos como activos y no venderlos para obtener una ganancia. Si compras un inmueble por cien mil dólares, y luego lo vendes por doscientos mil no tienes un activo, sólo generaste cien mil dólares de ganancias de capital. Para obtener ese dinero, tuviste que dar a cambio el inmueble y, al hacerlo, mataste al activo. Es como vender una vaca a cambio de dinero. Yo prefiero seguir teniendo la vaca y vender la leche.

Éste es el mayor problema de tener un empleo, que no es un activo. No lo puedes vender en eBay, no lo puedes rentar ni recibir dividendos por él. Entonces, ¿para qué pasar décadas, los mejores años de tu vida, trabajando para construir algo que no es un activo? O, para describirlo con mayor precisión, ¿para construir el activo *de alguien más* y no el tuyo?

Porque no debes confundirte: tener un empleo

significa construir activos, pero *no para ti*.

A todos nos inculcaron, a punta de taladro, la idea de que un empleo tiene un valor intrínseco, pero no es verdad: un empleo es absolutamente inútil. Y para insultarte y lastimarte aún más, los ingresos de tu trabajo están gravados con impuestos más altos que los de cualquier otro tipo. ¡Vaya que tienes todo en tu contra! Pero, naturalmente, ése es el precio que algunas personas están dispuestas a pagar a cambio de la "constancia y seguridad" del cuadrante E.

¡LAS REDES DE MERCADEO NO TIENEN QUE VER CON LA VENTA DE PRODUCTOS NI CON OBTENER INGRESOS!

La idea más falsa respecto a las redes de mercadeo es que se trata de un negocio de ventas, sin embargo, vender sólo implica obtener mayores ingresos. Y ya sabes que el problema es que, si abandonas la actividad, estos también se acaban.

Por ejemplo, un vendedor tiene un empleo, así

que si tú trabajas en el mostrador de alguna tienda departamental, estarás en el cuadrante E; y si tienes tu negocio propio, y vendes seguros, casas o joyería, estarás en el A. Pero de las dos maneras tendrás un empleo y, claro, tu empleo es vender.

Nada de lo anterior te ayudará a construir riqueza ni libertad.

Por todo esto, es obvio que no necesitas otro empleo, sino *una dirección diferente*, una que esté en el cuadrante D.

John: Estás en lo correcto, Robert. La gente a menudo supone que tener éxito en este negocio significa "ser muy buen vendedor", pero el objetivo de las redes de mercadeo no es llegar a vender muy bien tu producto o servicio en particular, ya que, sin importar cuán bueno seas en ello —y seamos honestos, si eres como casi todos los demás, seguramente no te sientes muy bueno en esta actividad— el único ingreso que obtendrás será el que recibas por vender.

Porque, después de todo, el día se acaba en algún

momento y no puedes seguir vendiendo, ¿no es verdad?

El objetivo de las redes de mercadeo no es *vender un producto*, sino *construir una red*, un ejército de personas que representen al mismo producto o servicio, y que lo compartan con otros.

El objetivo no es que tú ni otras personas vendan grandes cantidades de un producto, sino que *grandes cantidades de gente* sean su mejor cliente, que vendan y den servicio a un número razonable de compradores, y que recluten otras personas y les enseñen a hacer lo mismo.

Y la razón por la que debes construir un ejército de representantes independientes es que, una vez que lo hagas, ¿sabes lo que tendrás? Un activo que genere ingreso para ti: ingreso *pasivo*.

En el capítulo 13 le pediré a John que nos explique con mayor detenimiento por qué las redes de mercadeo no tienen que ver con ventas ni con ser vendedor, y espero que prestes toda tu atención porque se trata de un tema fundamental, un tema que muy pocos alcanzan a comprender. Por el momento, esto es lo que quiere claro: *Las redes de mercadeo no tienen que ver con recibir más*

ingresos, sino con construir un activo.

En realidad, tienen que ver con la construcción de *ocho* activos al mismo tiempo. En los siguientes capítulos analizaremos cada uno.

9

Activo #1:
Una educación de negocios para el mundo real

Tengo que confesarte algo: soy un lector lento. Leo mucho, pero lo hago lentamente y a veces tengo que leer un libro dos o tres veces antes de comprenderlo bien. Además, no soy buen escritor y, de hecho, en la preparatoria reprobé la materia de inglés dos veces.

Pero, ¿quieres saber algo irónico? Este estudiante de 7, que reprobó las materias de redacción en la escuela y que, hasta la fecha, no escribe muy bien, ha tenido siete libros en la lista de *bestsellers* del *New York Times*.

¿Qué quiero decir con esto? Que las buenas calificaciones no lo son todo.

No me malinterpretes: tampoco quiero menospreciar la educación. De hecho, creo en ella y lo hago con pasión. Es sólo que la educación en la que creo es la que de verdad te enseña lo que necesitas aprender para tener éxito en la vida.

Lo que me insta a recomendarles a las personas que construyan su propio negocio de redes de

mercadeo no son los excelentes e innovadores productos que pueden representar, ni el dinero que pueden ganar, o la libertad financiera.

Efectivamente, los productos suelen ser excelentes, y sí, valoro mucho la posibilidad que te dan de generar riqueza. Sin embargo, éstos no son los beneficios más importantes que puedes ganar con esta experiencia. El valor fundamental es que este negocio te puede proveer una *educación de negocios para el mundo real*.

TRES TIPOS DE EDUCACIÓN

Si quieres tener éxito en el aspecto financiero, vas a necesitar tres tipos de educación: escolar, profesional y financiera.

La *educación escolar* te enseña a leer, escribir y resolver problemas matemáticos. Es muy importante, sobre todo en el mundo actual. A mí en lo personal no me va muy bien con este nivel de educación; como ya lo mencioné, siempre fui estudiante de 7, y sólo porque nunca estuve

interesado en lo que me enseñaban.

La *educación profesional* te enseña a trabajar por dinero. Dicho de otra forma, te prepara para la vida en los cuadrantes E y A. Cuando yo era joven, los chicos inteligentes se convertían en doctores, abogados y contadores. Otros asistían a escuelas profesionales en las que los preparaban para ser asistentes médicos, plomeros, albañiles, electricistas y mecánicos automotrices.

Tampoco sobresalí en este ámbito. Como no me fue bien en la educación formal, no tenía motivación para ser doctor, abogado o contador. Fue por eso que me convertí en oficial de un barco y luego en piloto de helicóptero. Volé en Vietnam para el Cuerpo de Marina. Para cuando cumplí 23 años ya tenía dos profesiones: una como oficial de marina y el otro como piloto, pero en realidad, nunca las usé para hacer dinero.

La *educación financiera* es con la que aprendes a *hacer que el dinero trabaje para ti*, en lugar de que tú *trabajes para conseguir dinero*. Tal vez crees que en una escuela de negocios puedes

conseguir educación financiera, pero no es así. Lo que estas escuelas hacen por lo general es tomar a los chicos más avezados y entrenarlos para que se conviertan en ejecutivos de negocios que trabajen para los ricos. En otras palabras, entrenan a sus estudiantes de por vida, para que estén en el escalón superior del cuadrante E. Pero, por desgracia, sigue siendo el cuadrante E.

LAS HABILIDADES MÁS IMPORTANTES

Ser empresario y construir negocios en el cuadrante D no es nada sencillo. De hecho, creo que es uno de los desafíos más difíciles que puede aceptar una persona. En los cuadrantes E y A hay mucha gente porque son menos exigentes que los del cuadrante D. Ya sabes, si fuera sencillo, cualquiera lo haría.

Si quieres tener éxito en los negocios, deberás aprender y adquirir ciertas habilidades técnicas que, muy probablemente, no te enseñaron en la escuela. Por ejemplo, la habilidad de organizarte y

preparar tu propia agenda.

Lo anterior es mucho más difícil de lo que suena. La gente que entra a la arena de las redes de mercadeo a veces sufre una especie de conmoción cultural porque está acostumbrada a que le digan qué hacer. Puede ser que trabajes con mucho ahínco en el cuadrante E, sin embargo, podrías no tener ningún tipo de experiencia en la definición de objetivos, organización de un plan de acción, planeación de agenda, administración del tiempo y ejecución de secuencias claras de acciones productivas.

A veces resulta terrible ver que mucha gente carece de estas habilidades tan esenciales. Terrible, pero no sorprendente. Porque, después de todo, en realidad no son necesarias en el cuadrante E. No obstante, si vas a mudarte al cuadrante D, no te queda otra opción más que desarrollarlas. Estas habilidades son tan importantes como saber hacer el balance de una chequera, escribir un plan financiero y leer un reporte anual.

VENTAJAS FISCALES Y LA LECCIÓN QUE NOS ENSEÑAN

Con mucha frecuencia, la gente que es nueva en las redes de mercadeo se sorprende al enterarse de las tremendas ventajas fiscales que se derivan de tener un negocio propio en casa.

La mayoría de la gente tiene, por lo menos, la vaga idea de que la gente rica disfruta de todo tipo de ventajas fiscales, pero como siempre ha vivido en el cuadrante E, no sabe de qué se tratan dichas ventajas ni la forma en que se pueden ejercer. Por lo anterior, hay quienes, en muchas ocasiones, se sorprenden al enterarse de que ellos también pueden disfrutar de esas ventajas fiscales y llevarse a los bolsillos cantidades considerables de dinero desde el primer día de operación de sus negocios.

Con los cambios recientes en las políticas fiscales, y gracias a los programas de seguros hechos a la medida para los negocios pequeños y los autoempleados, ahora es más sencillo que

nunca crear tu propio paquete de beneficios; un paquete que compita e incluso supere lo que cualquier empresa típica grande pueda ofrecer. Si inicias un negocio de redes de mercadeo en tu tiempo libre, y conservas tu empleo regular, podrás comenzar a disfrutar de las ventajas fiscales de que gozan los ricos. Una persona con un negocio de medio tiempo puede recibir más deducciones fiscales que un empleado.



La imagen presenta sólo algunos ejemplos de cosas en las que ya gastas dinero y que se pueden convertir en deducciones legítimas de impuestos en cuanto comiences tu negocio de redes de mercadeo en casa. Nota: esta lista es ilustrativa, para recibir asesoría sobre tu situación fiscal, debes consultar a un profesional.

Por ejemplo, tal vez puedas deducir gastos de tu

automóvil, gasolina, algunas comidas y entretenimiento. Pero, obviamente, es necesario que consultes a un “contador público acreditado” para que conozcas las reglas precisas que aplican en tu situación. Y cuando lo hagas, descubrirás que *el costo mismo de esa visita a tu* contador *¡también es deducible!* En otras palabras, el gobierno te dará una ventaja fiscal sobre el gasto en que incurriste para obtener asesoría profesional sobre cómo pagarle menos impuestos a él mismo.

Una de las mayores ventajas de las redes de mercadeo es
que disipa esa nube de misterio y te permite comenzar a ver
cómo sería tu vida en el cuadrante D.

Mi objetivo al profundizar en este tema no es sólo hacerte saber el tipo de apalancamiento económico —producto de los ahorros en impuestos— del que puedes disfrutar desde el

primer día de operación de tu negocio. También me interesa hablar sobre el hecho de que ¡mucha gente no tiene ni idea de lo que significa vivir en el cuadrante D!

A muchos les sorprende enterarse de las ventajas fiscales disponibles porque, para la mayoría, el cuadrante D es algo similar al perdido continente de la Atlántida. Una de las mayores ventajas de las redes de mercadeo es que disipa esa nube de misterio y te permite comenzar a ver cómo sería tu vida en el cuadrante D.

¡Bienvenido a tu educación de negocios para el mundo real!

HABILIDADES PARA LA VIDA

Para construir un negocio exitoso, no podemos limitarnos a las propias habilidades y capacidades técnicas. Las habilidades para la vida son incluso más importantes porque son indispensables para negociar de manera adecuada en el cuadrante D. La clave para el éxito a largo plazo en la vida, la

integran tu educación y habilidades, tus experiencias de vida y, sobre todo, tu carácter.

Por ejemplo, yo tuve que aprender a superar mis dudas sobre mí mismo, mi timidez y el miedo al rechazo. Otra habilidad de desarrollo personal que tuve que aprender fue a reponerme tras el rechazo y seguir adelante. Todos estos son rasgos que una persona debe desarrollar si desea tener éxito con un negocio en el cuadrante D, sin importar si el negocio es de redes de mercadeo, si es una franquicia o si sólo es el esbozo de cierta actividad empresarial.

Si no aprendes y desarrollas estas habilidades en la escuela ni en tu centro de trabajo, y si no te las enseñaron en casa cuando eras niño, ¿en dónde las vas a adquirir ahora? ¿En dónde encontrarás un negocio que esté dispuesto a invertir tiempo en tu educación y desarrollo personal y que, además, quiera ayudarte a construir tu propio negocio?

En el negocio de redes de mercadeo, precisamente.

John: Resulta interesante, Robert, que siempre cites la educación de negocios como el beneficio más importante de las redes de mercadeo. Creo que vale mucho la pena enfatizarlo porque, muy a menudo, la gente maneja habilidades y aspectos de sí misma que jamás aprendería ni desarrollaría, si no fuera gracias a su experiencia en el negocio de redes de mercadeo.

Las redes de mercadeo le enseñan a la gente a superar sus miedos, a comunicarse, a entender la psicología de otras personas cuando éstas dicen "no", y a ser persistentes a pesar del rechazo y otros desafíos del mundo real.

A continuación se presentan algunas de las habilidades fundamentales que se pueden adquirir gracias a la educación en el mundo real que brindan las redes de mercadeo:

- Desarrollo de una actitud exitosa.
- ¿Cómo vestirse para tener éxito?
- ¿Cómo superar los miedos personales, las dudas y la falta de confianza?
- ¿Cómo superar el miedo al rechazo?

- De comunicación.
- De trato con la gente.
- De administración del tiempo.
- De manejo de la contabilidad.
- De cómo fijar metas.
- De administración del dinero.
- De investigación.

Las buenas empresas de redes de mercadeo ofrecen un programa sólido de entrenamiento en todas estas áreas. Y yo estoy de acuerdo con Robert, este tipo de educación es totalmente invaluable.

De hecho te sería demasiado difícil encontrar la situación ideal para obtener este tipo de entrenamiento, y además, sería muy caro. Pero en este caso, ¡hasta *te pagan* por aprender!

En el ámbito de las redes de mercadeo tenemos una expresión muy popular. Decimos que "éste es un negocio en el que ganas al mismo tiempo que aprendes". Creo que es un gran dicho porque enfatiza la clave del negocio:

aprendes a hacer las cosas *al mismo tiempo* que las haces y no sentado durante años en una banca de un salón de clases, escuchando a alguien hablar sobre llevarlas a cabo.

Las redes de mercadeo son una escuela de negocios en el mundo real, para gente que quiere aprender las verdaderas habilidades de un empresario, y no las de un empleado.

En las redes de mercadeo, el entrenamiento es algo más que teoría: es experiencia pura. Y sin importar si llegas o no a la culminación de un programa específico en el que estás inscrito, o si haces mucho dinero, el entrenamiento por sí mismo siempre tendrá gran valor para el resto de tu vida. Mucha gente en realidad termina en otros negocios en los que llegan a tener mucho éxito debido al entrenamiento y la experiencia

que recibieron al involucrarse en las redes de mercadeo.

Ése es el punto aquí, y la razón más importante por la que le he recomendado a la gente este negocio por toda una década. Al unirte a una buena empresa de redes de mercado, no sólo recibes un plan que puedes seguir, también recibes apoyo para desarrollar las habilidades y cualidades que necesitas para triunfar.

Las redes de mercadeo son una escuela de negocios en el mundo real, para gente que quiere aprender las verdaderas habilidades de un empresario y no las de un empleado.

10

Activo #2:
Un camino provechoso de desarrollo personal

Sé que seguramente piensas: “¡¿Ya te ablandaste

Kiyosaki?! ¿De qué se trata todo esto acerca de un ‘camino para el desarrollo personal’? Yo no necesito un grupo de ayuda, necesito que me alcance el dinero. Quiero generar riqueza, ¡no cantar en un grupo de optimistas!”

Pero no tan rápido. No me estoy ablandando, sólo estoy siendo realista. Porque para volverse rico no basta depositar una moneda en la máquina tragamonedas correcta. Además, tú no estás sólo en busca de una nueva manera de ganar ingresos adicionales. En realidad estás llevando a cabo un cambio en tus valores fundamentales. No se trata de cambiar lo que haces. De una manera muy real, se trata de cambiar *lo que eres*.

Mi amigo Donald Trump tiene un valor de millones de dólares en la actualidad, pero en alguna ocasión lo perdió todo en un colapso de bienes raíces. Donald habla de la experiencia de deber 9.2 mil millones de dólares: “Pasé junto a un mendigo en la calle, ¡y me di cuenta de que él valía 9.2 mil millones de dólares más que yo!” No obstante, no pasó mucho tiempo antes de que

Donald volviera a la cima. ¿Por qué? Por quien es o —para ser más precisos—, por quien llegó a ser.

Yo tuve una experiencia similar. A los treinta años ya era millonario, pero dos años después mi compañía quebró. Perder un negocio no fue una experiencia agradable, pero me sirvió para entender una gran lección. Aprendí mucho en esos años; mucho acerca de los negocios, pero sobre todo, de mí mismo.

Después de aquel descalabro, mi padre rico me dijo: “El dinero y el éxito te vuelven arrogante y estúpido. Pero ahora, con un poco de pobreza y humildad que te respalden, podrás volver a ser un estudiante.” Y tenía razón. Las lecciones que aprendí de aquella experiencia resultaron invaluables después de algún tiempo. Construir un negocio internacional, y luego perderlo, me brindó educación en el mundo real que, finalmente, me volvió rico. Por si fuera poco, esa educación también me liberó. Y lo más importante que aprendí fue que esto no se trata de un negocio o de

dinero, sino de *mí*.

Permíteme preguntarle a John algo al respecto, y si su respuesta es la que creo, verás a qué me refiero.

Robert: John, obviamente no toda la gente que se involucra en las redes de mercadeo alcanza el mismo nivel de éxito. ¿Por qué algunas personas no logran sus objetivos en este tipo de negocio?

John: La gente define el éxito de distintas maneras. Lo que puede ser importante para una persona, puede no serlo para otra. Algunos están satisfechos con complementar su actual nivel de ingresos, en tanto que otros de verdad están en busca de una oportunidad que pueda transformarlos en términos de potencial de ingreso y objetivos en cuanto a su estilo de vida. Es por eso que también tenemos que definir el fracaso de una manera muy amplia. Ganar mil dólares al mes podría parecerle un fracaso a

quien trataba de construir un negocio importante, pero para aquella madre, cuyo único objetivo era complementar el ingreso en su hogar, podría significar un gran éxito.

Sin importar el objetivo, sabemos que quienes persisten en las redes de mercadeo tienden a mejorar y mejorar. De hecho, creo que la única forma en que se puede fracasar es si se abandona el negocio.

No obstante, esta información necesita detallarse para ser más precisa. No se trata sólo de si alguien deja o no la compañía; es decir, de si renuncia a su misión de distribución y declara formalmente: "Estoy fuera." El asunto aquí no es que se abandone el negocio, sino que *se abandona uno mismo*.

Eso es precisamente lo que pensé. Todo vuelve a lo que dije al principio de este libro: no se trata sólo de cambiar el tipo de negocio en el que trabajas, sino de que *tú mismo* cambies. Yo puedo mostrarte las técnicas, pero para que tu negocio

crezca, también tienes que crecer tú.

EL GANADOR Y EL PERDEDOR EN TI

Existen dos palabras para lo que John acaba de describir. La primera es *desertor* y la otra, *perdedor*.

Todos tenemos a un ganador y a un perdedor en el interior. Eso me incluye, por supuesto. Estos dos seres compiten por obtener el papel protagónico en nuestra vida. Mucha gente sólo "pasa la vida" porque en lugar de buscar el éxito y el bienestar, permite que el perdedor en su interior lo domine todo. No es mi caso. Yo insisto en que el ganador tenga el control.

¿Cómo puedes identificar si quien habla es el perdedor? Porque dirá: "Oh, no puedo darme el lujo de que eso suceda", "oh, es demasiado riesgoso". O, cuestionará: "¿Y qué pasará si fracaso?" El ganador siempre está preparado para correr riesgos; el perdedor sólo piensa en su

seguridad y estabilidad.

Es irónico. El perdedor sólo rezonga y se queja sobre el tema de la seguridad, pero siempre termina estancado en su carrera y en una vida que, para colmo, nunca es estable ni segura. ¿Qué hay de seguro en un empleo en el que trabajas cuarenta horas a la semana para una empresa que muy probablemente te despida en los próximos años? ¿O en guardar tus miserables ganancias en un plan 401(k) al que se está comiendo un fondo mutualista estancado?, ¿o en un fondo manejado por un asesor financiero que resulta ser otro Bernie Madoff?

Dentro de cada uno de nosotros existen el ganador y el perdedor; el tipo rico y el pobre; el que trabaja y el que descansa en el sofá. Ésa es la batalla. Tú debes unirte a una empresa de redes de mercadeo porque ésta apoyará al individuo rico que vive dentro de ti, para que se ponga de pie y participe. Tus amigos perdedores quieren que te quedes en el sofá, que te tomes las cosas tranquilamente y continúes trabajando cuarenta horas a la semana porque, si lo haces, entonces no

los estarás desafiando a hacer nada distinto. Pero ése no es el caso de tu patrocinador en las redes de mercadeo. Tu equipo en este tipo de negocio quiere que sobresalgas, que camines un paso más allá de donde estás acostumbrado, que llegues más lejos en tu historia y que te conviertas en alguien excepcional, extraordinario. Tu equipo nunca deseará lo contrario.

Es muy fácil decir: “No puedo pagarlo”, o: “Es demasiado costoso”, o: “Sólo quiero recibir los beneficios, no quiero trabajar duro ni correr riesgos.” Escucha al perdedor hablando.

Pero tampoco debes sentirte mal al respecto, porque hay un perdedor dentro de todo el mundo. En mí también. Con mucha frecuencia trata de dirigirlo todo, al menos, por un tiempo breve. Pero todas las mañanas debo elegir: ¿quién se despertó esta mañana, el rico o el pobre en mí? ¿El ganador o el perdedor? Ésa es la batalla.

De hecho, todos tenemos un grupo de personajes en el interior; es todo un espectro de quienes podríamos ser. Yo elegí al hombre que estaba

felizmente casado, que contribuía con el planeta y que tenía una tendencia espiritual hacia la libertad.

Casi nadie tiene la habilidad de seguir adelante, de lidiar con la desilusión y nunca perder de vista el lugar a donde se dirige. Nadie ha sido entrenado para tener este tipo de fortaleza, que es fundamental en la vida. Es el tipo de rasgos que tiene alguien que vive en el cuadrante D. Es pensar como empresario: el atributo más importante que podrás aprender al construir tu propio negocio de redes de mercadeo.

Cuando trabajé en la Corporación Xerox, me tomó dos años completos empezar a sentir mi poder y permitir que emergiera el ganador que había en mí. Al final de esos dos años estuve a punto de ser despedido pero, por suerte para mí, fue cuando mi confianza comenzó a crecer. Mis ventas se incrementaron y, en dos años más, ya siempre alcanzaba el primer o segundo lugar en ventas de mi oficina.

Las redes de mercadeo te dan la oportunidad de
enfrentar tus miedos, lidiar con ellos, superarlos y
sacar al ganador que vive en tu interior.

Que mi autoestima aumentara fue más importante que lo hiciera mi cheque de nómina. En serio, reconstruir la confianza en mí mismo y mi autoestima ha sido invaluable, y me ha ayudado a ganar millones de dólares. Es por ello que siempre estaré agradecido con la Corporación Xerox y con el personal que me enseñó a superar mis demonios, dudas y miedos. Hoy en día recomiendo mucho las redes de mercadeo, porque es una industria que te ofrece la misma oportunidad de fortalecer y reconstruir la confianza en ti mismo que la Corporación Xerox me ofreció a mí.

Las redes de mercadeo te dan la oportunidad de confrontar tus miedos, lidiar con ellos, superarlos y permitir que salga el ganador que vive en ti.

Y no te equivoques: unirte a una empresa de redes de mercadeo y comenzar a construir tu negocio no significa que hayas dejado atrás al perdedor. Te va a tomar años construir la verdadera libertad. En Estados Unidos hablamos mucho sobre ella, pero en realidad, *nunca* se es libre hasta que no se consiga la *libertad financiera*, y eso toma bastante tiempo.

Yo nací sin nada, e hice y perdí mi fortuna en varias ocasiones en el camino, así que sé bien lo que se siente perder todo. Es muy sencillo que el perdedor asuma el control en tiempos difíciles. Habrá momentos en que sientas que te están probando; cuando tus amigos te expresen algo como: “Te lo dije”, y cuando tu familia te susurre al oído: “¿No crees que sería mejor que enfoques tu energía en tu trabajito y te olvides de toda esa cuestión de las redes?”

Te aseguro que habrá ocasiones en que te sentirás demasiado tentado a permitir que el perdedor dirija la orquesta, pero no lo hagas.

¡Debes ganar!

La escuela de vuelo

Todas las orugas hacen su capullo antes de transformarse en mariposas. La escuela de vuelo fue mi capullo. Entré ahí como graduado de la universidad, y salí como un piloto listo para ir a Vietnam.

De haber asistido a una escuela de vuelo civil, dudo mucho que hubiera estado preparado para la guerra, a pesar de ser piloto profesional. Lo que tuvimos que aprender como pilotos militares fue muy distinto a lo que les enseñan a los pilotos civiles. Las habilidades y la intensidad del entrenamiento son muy distintas en cada caso, y la realidad de ir a la guerra al final del entrenamiento hace que ser piloto militar signifique muchas otras cosas.

A mí me tomó casi dos años terminar la escuela de vuelo básico en Florida. Recibí mis alas y luego fui transferido a una instalación de entrenamiento avanzado en Camp Pendleton, California. Ahí, el entrenamiento subió aún más de

intensidad: en Camp Pendleton nos enseñaron a hacer algo más que volar.

Después de terminar la escuela de vuelo y convertirnos en pilotos, tuvimos un año en que nos preparamos para ir a Vietnam. Volábamos constantemente, a veces bajo condiciones que nos ponían a prueba en los aspectos mental, emocional, físico y espiritual.

Pero a unos ocho meses de haber iniciado el programa en Camp Pendleton, algo cambió en mi interior. En un vuelo de entrenamiento, por fin me convertí en un piloto preparado para ir a la guerra. Hasta ese punto sólo había volado mental, emocional y físicamente, que es a lo que mucha gente llama "vuelo mecánico". Sin embargo, en esa misión cambié en el aspecto espiritual. La misión fue tan intensa y aterradora que, de pronto, todas mis dudas y miedos desaparecieron del camino y mi espíritu humano se hizo cargo de la situación. Volar se había vuelto parte de mí. Logré sentirme en paz, en casa, al estar en el interior de la aeronave. Entonces la nave era parte de mí, y yo

estaba listo para ir a Vietnam.

No quiero decir que ya no tenía miedo, de hecho todavía temía ir a la guerra, morir o, peor, quedar discapacitado. La diferencia era que ya estaba listo para ir a la guerra. La confianza en mí mismo era más grande que los miedos.

El proceso con el que me convertí en hombre de negocios e inversionista fue muy parecido a aquel con el que me convertí en un piloto listo para enfrentar la batalla. Tuve que fracasar dos veces en los negocios antes de encontrar, de manera abrupta, esa cualidad a la que a menudo se le llama *espíritu empresarial*. Con este término me refiero al espíritu que me mantiene en el lado D e I del cuadrante del flujo de efectivo, sin importar cuán mal comience a ir todo. Yo prefiero permanecer de ese lado, en vez de volver a la seguridad y confort del lado E y A.

Yo diría que me tomó unos quince años adquirir la confianza suficiente para estar en el cuadrante D. Pero tú tienes más suerte que yo porque no tendrás que esperar tanto tiempo, ni vivir los

fracasos y las luchas que yo experimenté. Tú puedes obtener ese mismo tipo de educación —que te puede cambiar la vida—, en tu propia escuela de vuelo: las redes de mercadeo.

DE CÓMO MIS HABILIDADES PARA LOS NEGOCIOS ME CAMBIARON LA VIDA

Ahora que ya hablé del entrenamiento militar y de aprender a volar bajo condiciones de batalla en la selva de Vietnam, quiero contarte otra historia sobre la forma de dominar el carácter. Ésta no toma lugar en el campo de batalla, sino en el del amor.

Si yo no hubiera atravesado por esa intensa forma de entrenamiento para aprender las habilidades de negocios en el mundo real, creo que no habría tenido la fortuna de casarme con la mujer de mis sueños. Pero la conocí. Y me casé con ella.

Cuando conocí a Kim pensé que era la mujer

más hermosa del mundo. Me quedé sin habla, y me aterró la idea de acercarme a ella y hablarle. Sin embargo, mi entrenamiento de negocios me había enseñado a superar el miedo al fracaso y al rechazo. El entrenamiento estaba a punto de recompensarme a lo grande. En lugar de ocultarme en el cuarto trasero y observarla desde lejos, que es exactamente lo que habría hecho algunos años antes, caminé con decisión hasta ella y le dije: "Hola."

Kim volteó y me brindó su bella sonrisa. Me enamoré en ese momento. Era como salida de mis sueños, pero cuando le pedí que saliera conmigo, me dijo: "No."

El Robert Kiyosaki de antes se habría alejado avergonzado y admitido la derrota. Pero gracias al entrenamiento de negocios, ya era más fuerte. Traté de calmarme y la volví a invitar a salir. De nuevo me dijo que no. Ahora la confianza en mí mismo había sido lastimada, y mi ego de hombre comenzaba a debilitarse. Pero le volví a pedir que saliera conmigo. Y, una vez más, la respuesta fue:

“No.”

Las cosas siguieron así durante seis meses. Cada vez que ella me decía: “No”, yo iba a esconderme para lamer y curar mi lastimado ego. Me dolía por dentro. Pero si no hubiera aprendido a sobreponerme a las dudas personales, no habría insistido por seis meses. Pero lo hice. Y, finalmente, un día ella dijo: “Sí.” Hemos estado juntos desde entonces.

No te cuento esta historia sólo porque es la cálida y tierna crónica de cómo Robert y Kim comenzaron a salir. Lo hago porque ilustra un punto fundamental: esto no se trata de negocios y dinero. Se trata de tu vida. Porque de la misma manera en que ganes dinero y construyas una carrera, también ganarás tu destino y construirás tu legado.

11

Activo #3:
Un círculo de amigos que comparta tus sueños y valores

Quizá te resulte complicado leer lo siguiente, pero si quieres crear un tipo distinto de economía para tu vida, tal vez, más que conseguir un nuevo empleo, tendrás que conseguir nuevas amistades. ¿Por qué? Porque a pesar de que las que tienes te quieren y, seguramente, no tienen la intención de hacerlo, puede ser que te estén limitando.

Es posible que hayas escuchado que tu ingreso tiende a ser igual al ingreso promedio de tus cinco amigos más cercanos. Y seguramente también has escuchado el dicho: "El que con lobos anda, a aullar se enseña." Sucede lo mismo con la gente adinerada, la pobre y la de clase media. Dicho de otra manera, los ricos hacen redes con los ricos, los pobres con otros pobres, y los de la clase media con la clase media, por supuesto.

Mi padre rico solía decir: "Si quieres ser rico tienes que hacer redes con los que tienen dinero o pueden ayudarte a generarlo."

Mucha gente se pasa toda la vida

involucrándose y haciendo redes con personas que la limitan en el aspecto financiero. En un negocio de redes de mercadeo forzosamente tienes que tratar con personas que están ahí para ayudarte a ser más rico. Pregúntate lo siguiente: “La gente con la que paso tiempo ¿está enfocada en ayudarme a ser rico? ¿O sólo está interesada en que continúe siendo un trabajador que se esfuerza todo el tiempo?”

Para cuando cumplí quince años supe que quería ser libre en el aspecto financiero, y que una manera de lograrlo sería aprender a interactuar con gente que me ayudara a hacerlo. Decidí que buscaría la amistad de personas que estuvieran interesados en que yo creciera y no en que continuara siendo un empleado leal que trabajaba para otros ricos.

Aquel fue un momento catártico. No fue una decisión sencilla porque era muy joven, pero ya sabía que tendría que ser muy cuidadoso al elegir a la gente con la que pasaría tiempo, y a los maestros de los que aprendería. Si estás pensando

en construir tu propio negocio, necesitas estar muy al pendiente de con quién pasas tu tiempo y quiénes son tus maestros. Es un detalle crucial.

Lo más difícil de irme de Xerox fue que tuve que dejar atrás algunas amistades. La mayoría de mis amigos y familiares estaba en el cuadrante E y tenían distintos valores a los míos. Valoraban la seguridad y el cheque de nómina constante. Yo valoraba la libertad y la independencia financiera. Mi decisión fue muy dolorosa pero necesaria porque deseaba crecer.

Es posible que atravieses por algo similar en las redes de mercadeo. Descubrirás que tienes amigos o familiares que no entienden o están de acuerdo con tu decisión de explorar este negocio o, incluso, que tratarán de desanimarte. Tal vez tus amigos te dirán que estás loco, que eres un tonto o que cometes un gran error. Incluso tal vez pierdas amistades. Y déjame decirte que dudé al escribir la frase anterior porque es muy fuerte. Pero es la verdad. Así es la realidad.

Pero espera, esto no tiene nada que ver con las

redes de mercadeo en sí mismas. Lo que sucede es que estarás realizando un cambio brutal en tu vida al pasar de los cuadrantes E o A al D. No es como cambiar de empleo, es más como mudarse a otro país, como cambiar de religión o de partido político.

Las redes de mercadeo no sólo ofrecen una gran educación de negocios, también un nuevo mundo de amistades: amigos que avanzan en la misma dirección que tú y cuyos valores fundamentales son iguales a los tuyos.

El poeta inglés John Donne escribió: "Ningún hombre es una isla, algo completo en sí mismo; todo hombre es un fragmento del continente, una parte de un conjunto." Eso lo dijo en 1623, pero resulta una verdad aún más contundente en el

increíblemente interconectado mundo de hoy. No puedes volverte rico de manera aislada; porque vales en relación con la comunidad con la que hablas, trabajas y juegas.

John: Lo anterior es verdad en todos los aspectos de la vida, pero, particularmente, en las redes de mercadeo porque, cuando construyes un negocio de este tipo, en realidad estás erigiendo a tu alrededor una sólida y nueva comunidad de amigos que están adquiriendo el mismo tipo de valores y habilidades de negocios en el mundo real que tú.

Ésta es también una de las grandes ventajas de los negocios de redes de mercadeo: en lugar de estar rodeado de gente que compite contra ti para obtener el siguiente ascenso. Aquí, tu negocio está repleto de gente que está tan comprometida con tu éxito como tú mismo. Porque tu éxito es lo que garantiza el de los demás. Es muy probable que incluso algunos de

ellos se conviertan en tus nuevos mejores amigos.

De hecho, según la Asociación de Ventas Directas (DSA, por sus siglas en inglés), un número importante de gente que se une a las compañías de redes de mercadeo y se mantiene apegada, califica *a la red social a la que pertenece* como una prioridad aún mayor al ingreso que reciben.

Así que, ahí lo tienes: las redes de mercadeo no sólo ofrecen una gran educación de negocios, sino también un mundo nuevo de amigos con los que avanzarás en la misma dirección, con quienes compartes los mismos valores fundamentales.

Para mí, el tipo de amistad del que habla John es tan valioso como el mejor entrenamiento de negocios.

Hoy en día cuento con amigos en los cuatro cuadrantes, pero mis amigos más cercanos, con los que salgo, y cuyo tiempo valoro más, son los que forman parte de los cuadrantes D e I.

Y por cierto, ¿qué sucedió con los amigos que dejé atrás en Xerox? Siguen siendo muy queridos y cercanos. *Siempre* será así porque estuvieron ahí para mí en un momento de transición. Sin embargo, sé que en aquel entonces, había llegado el momento de seguir adelante. Si te encuentras en la misma situación y el cuadrante D te llama, tal vez debas unirte a un negocio de redes de mercadeo y hacer nuevos amigos.

12

Activo #4: *El poder de tu propia red de negocios*

Una de las primeras cosas que me intrigó de este

modelo de negocios cuando comencé a analizarlo con seriedad en los noventa, fue el hecho de que incluía la palabra *redes*. Recuerdo bien que mi padre rico respetaba mucho este término.

Thomas Edison era uno de los héroes de mi padre rico. La gente en la actualidad a menudo piensa en Edison y da por hecho que fue el inventor de la bombilla eléctrica, sin embargo, no es así. Edison no inventó la bombilla, lo que hizo fue mejorarla y perfeccionarla. Y lo más importante es que encontró la manera de convertirla en un negocio.

Después de dejar la escuela (porque sus maestros consideraron que no tenía lo necesario para triunfar ahí), Edison consiguió un empleo. Vendía dulces y revistas en los ferrocarriles. En poco tiempo comenzó a imprimir su propio periódico y, en un año, ya había contratado a todo un equipo de chicos para que vendieran dulces y su periódico. Había dejado de ser un empleado para convertirse en propietario de un negocio.

El poder no está en el producto sino en la red. La mejor estrategia para volverse rico es encontrar la forma de construir una red fuerte, viable y creciente.

El joven Edison se cansó pronto de vender periódicos y aprendió a enviar y recibir señales en código Morse para conseguir un empleo como operador de telégrafos. No pasó mucho tiempo antes de que se convirtiera en uno de los mejores operadores de telégrafo y, además, en ese empleo aprendió el secreto que lo haría millonario. Como operador comprendió qué fue lo que transformó la invención del telégrafo en un éxito tan grande: todo se debía al sistema de líneas, postes, gente capacitada y estaciones de retransmisión. Era el poder de una red.

Aunque Edison es famoso por haber trabajado con la bombilla eléctrica y perfeccionar el filamento que logró convertir este invento en un

objeto práctico, su verdadero golpe de genialidad consistió en fundar una compañía que instaló las líneas eléctricas que le permitirían a la bombilla penetrar a nivel comercial en la sociedad. La compañía que Edison fundó lo convirtió en multimillonario. Se llamó General Electric.

Lo que hizo que el negocio de Edison fuera tan revolucionario, no fue la bombilla en sí misma, sino el sistema de líneas eléctricas y estaciones de retransmisión que le daban poder a las bombillas. Lo importante era *la red*.

Mi padre rico me dijo: “La gente más adinerada del mundo construye redes. Todos los demás, sólo buscan empleo.”

De los magnates de las embarcaciones a los barones del ámbito ferroviario, y de Sam Walton y Bill Gates a Jeff Bezos, las grandes fortunas del mundo las han creado aquellos que descubrieron la manera de construir redes. Sam Walton no manufacturó productos para la gente, construyó la red de distribución por la que se entregan los productos. Bill Gates no construyó computadoras,

sino el sistema operativo que las hace funcionar. Jeff Bezos no se dedicó a publicar libros, creó la red Amazon en línea, la cual los distribuye.

El poder no está en el producto sino en la red. La mejor estrategia para volverse rico es encontrar la forma de construir una red fuerte, viable y creciente.

Por supuesto no todos somos Thomas Edison, Sam Walton o Bill Gates. Y nunca lo seremos. Efectivamente, habrá montones de extraordinarios pioneros creativos en cada generación, quienes crearán, de la nada, nuevas redes de miles y miles de millones de dólares. Lo harán de la misma forma que lo hicieron los hombres que mencioné, pero no es una ambición razonable para miles de personas, y mucho menos, millones.

Es por eso que las redes de mercadeo son un negocio tan genial. Las compañías que conforman la industria de las redes de mercadeo ofrecen ahora, a millones de personas como tú, la oportunidad de construir su propia red en lugar de pasar sus vidas trabajando para la red de alguien

más.

LA LEY DE METCALFE

A Robert Metcalfe, fundador de 3Com, y uno de los creadores de Ethernet, se le atribuye haber estructurado la ecuación que define el valor de las redes:

$$V=N^2$$

La forma significa que el valor económico de la cadena es igual al número de usuarios de la misma al cuadrado.

Par explicar la Ley de Metcalfe en términos más sencillos, te diré que, al ir añadiendo usuarios, el valor se incrementa de manera geométrica.

Piensa en una red telefónica. Si sólo tienes un teléfono, en realidad no existe valor económico. (Porque, si tú eres el único que tiene teléfono, ¿quién te va a llamar?) Pero, según la Ley de Metcalfe, en cuanto añades otro teléfono el valor

de la red se incrementa al cuadrado. El valor económico de la red iría de cero a dos al cuadrado, o cuatro. Si añades un tercer teléfono, el valor económico de la red será de nueve. En otras palabras, el valor de una red se incrementa de manera exponencial, no numérica.

LAS REDES LLEGAN AL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

El modelo clásico de negocio de la era industrial funcionaba de manera muy parecida a un imperio. El control lo tenía un fuerte "gobierno" central que mantenía una identidad centralizada, valga la redundancia, sin importar cuánto creciera el imperio.

En la década de los cincuenta surgió un nuevo tipo de negocios que mantenía su coherencia de manera distinta. En lugar de controlar todas sus partes con una sola oficina central, usaba el modelo de redes. Esta idea fue tan revolucionaria que muchos la criticaron, y el Congreso de los

Estados Unidos estuvo a once votos de declararla ilegal. No obstante, el modelo sobrevivió a sus primeros años y, actualmente, es la base de 3 por ciento de las ventas al menudeo de los Estados Unidos, y se mantiene en crecimiento en todo el mundo. Algunas de las marcas más famosas que lo han aplicado son: Ace Hardware, Subway y, por supuesto, la más famosa de todas, McDonald's.

Ese radical modelo de negocio se llama *franquicia*.

Una franquicia es un tipo de red en que varios propietarios de negocios trabajan con el mismo sistema. En un sentido bastante práctico, se podría decir que tienen los mismos valores.

No obstante, la franquicia era tan sólo un paso más en el proceso del desarrollo de redes en el mundo de los negocios. Dejaré que John te diga lo que sucedió después.

John: Robert está en lo correcto. No se trata solamente de pagar una comisión distinta o de pasarle la responsabilidad del mercadeo a otra

persona o grupo. En realidad es una perspectiva completamente diferente de ver los negocios; una que refleja a la economía de la era de la información a través del uso de redes y no a la de la era industrial y su publicidad masiva y centralizada.

Después del modelo de franquicias, el siguiente paso en el desarrollo de los negocios en redes se dio en los sesenta, pero en realidad comenzó a crecer en los setenta y ochenta. En lugar de una red de negocios de franquicia, el nuevo modelo se construía a sí mismo a través de una red de *individuos* en franquicia. De cierta manera podrías llamarle a esto "franquicia personal".

Al igual que el modelo original, este nuevo tipo de negocio también fue muy criticado. A pesar de las críticas, ha sobrevivido y prosperado.

Es el modelo conocido como redes de mercado.

Robert: Y, por cierto, la verdad acerca de las franquicias es que, como dueño, eres parte de una red, pero no de toda. Sólo te pertenece tu sucursal. En cambio, siendo comerciante a través de redes…

John: Como comerciante de redes no sólo las construyes, también eres el dueño. Y, tal como lo dijiste, Robert, eso te brinda una enorme cantidad de apalancamiento financiero.

Dicho de otra forma, como comerciante de redes tú tienes el control sobre la Ley de Metcalfe.

¿Cómo? Bien, eso no sucede con sólo afiliarse a una empresa de redes de mercadeo. Eso es equivalente a ser el único que tiene teléfono. Para manejar el poder de esta ley, necesitas hacer crecer tu red duplicándote en alguien más igual a ti: un socio. En cuanto hay dos de ustedes, el valor económico de tu red se eleva al *cuadrado*. Al haber tres, el valor pasa de cuatro a nueve. Asimismo, cuando las dos personas a las que

invitaste también traen a dos personas más, cada una, el valor de la red empieza a lucir como un cohete espacial que despega hacia la luna. Estás trabajando de forma aritmética pero el valor económico crece de manera exponencial.

Dicho llanamente, la Ley de Metcalfe significa que una red funciona como palanca porque te permite *apalancar* tu tiempo y esfuerzo.

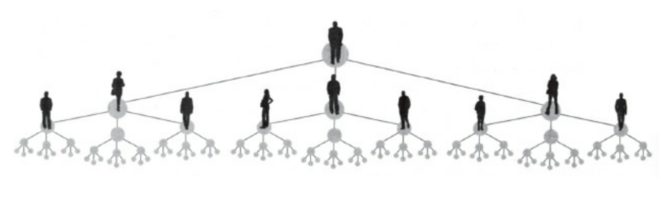
Arquímedes, el ingeniero de la antigua Grecia a quien se le atribuye el principio del apalancamiento, declaró: "Denme un punto de apoyo y moveré el mundo." Para demostrar el poder, virtualmente ilimitado, del apalancamiento, construyó un elaborado mecanismo de sogas y poleas, y conectó esta vasta matriz a una flota completa de naves de guerra. Cuando todo estuvo listo y la multitud que lo observaba se quedó en silencio, Arquímedes sujetó una viga de madera, jaló con toda su fuerza, ¡y la flota entera de barcos comenzó a moverse en el agua!

¡*Así* es el poder de una red!

A través de la matriz de sogas, Arquímides

pudo realizar una hazaña que, de manera ordinaria, exigiría de la fuerza combinada de varios miles de remeros. ¿Y qué era exactamente ese mecanismo de sogas? Una *red*.

Ésa es la fenomenal fuerza que hace que los rumores se propaguen: una persona les dice a tres, quienes a su vez les dicen a tres más, y éstos, a tres más y, en muy poco tiempo, todo mundo en el pueblo está enterado. También las tendencias de moda se propagan así. Asimismo, este fenómeno es la estrategia central de un negocio de redes de mercadeo: dominar el poder de la Ley de Metcalfe para duplicar tus esfuerzos a través de una red de personas.



Las redes de mercadeo constituyen uno de los modelos de negocio de mayor crecimiento en el

mundo, pero muy pocas personas lo comprenden. ¿Por qué? Porque la gente puede ver el producto —de cuidado del hogar, de bienestar personal, o de servicios de telecomunicación, financieros o legales—, pero no logra ver que el negocio no está en el producto, sino en las redes a través de las cuales se distribuye. No en la bombilla de Edison, sino en la red eléctrica.

La gente no alcanza a comprender el valor de las redes de negocio porque éste es invisible: es virtual, no material. No lo puedes ver con los ojos porque hay muy poco que ver. Es un genuino modelo de negocio de la era de la información. No basta abrir los ojos para entender su poder, es necesario abrir la mente. No hay arcos dorados, ni sirenas verdes que te inviten a entrar al local. El negocio de las redes de mercadeo se ha extendido por el mundo, sin embargo, las masas suelen pasarlo por alto.

Los negocios como General Motors y General Electric pertenecen a la era industrial. Las franquicias como McDonald's, Subway, UPS

Store, Ace Hardware, y el resto, son negocios de transición que surgieron como puente para sortear el paso de la era industrial a la era de la información. Las redes de mercadeo son verdaderos negocios de este tiempo porque no tienen que ver con espacio y materiales, o fábricas y empleados, sino con pura información.

Como comerciante en redes, tal vez llegues a creer que tu trabajo consiste en mostrar y vender un producto, pero no es así. Tu misión es comunicar información, contar una gran historia y construir una red.

13

Activo #5: *Un negocio totalmente expandible y duplicable*

Ahora te diré una verdad fundamental acerca de

las redes de mercadeo, que tal vez te sorprenda: las redes no son un negocio para gente que tiene facilidad para las ventas. Unos capítulos atrás prometí que John nos hablaría más al respecto, y ha llegado el momento de hacerlo.

Robert: John, ¿estarías de acuerdo en que la gente más exitosa en las redes de mercadeo no es necesariamente la que tiene una habilidad natural para vender?

John: No sólo estaría de acuerdo por completo, de hecho, añadiría que, de cierta forma, pasa *lo contrario*. Para que un "vendedor por naturaleza" tenga éxito en las redes de mercadeo, a menudo se necesita que, en primer lugar, *olvide todo lo que sabe acerca de ventas*.

Muchos de los comerciantes en redes más exitosos que he conocido son entrenadores de vida, madres, líderes religiosos y maestros; es decir, gente a la que le encanta contar historias y ayudar a otros. Las redes de mercadeo tienen

que ver con compartir información e historias personales, no con ventas colosales. También implican *preocuparse* por el éxito de quienes invitas al negocio.

Lo cual, por cierto, es muy positivo porque, de todas maneras, sólo una de cada veinte personas es un vendedor nato.

La clave del éxito en ventas radica en lo que puedas hacer.

La clave del éxito en redes de mercadeo radica en lo que puedas duplicar.

Robert: A veces cuando digo que este negocio no tiene que ver con ventas, la gente reacciona con escepticismo: "Ajá, ¿estás tratando de confundirme?" Es decir, *vender* o *compartir información*, ¿no es más o menos lo mismo pero con distintas palabras?

John: No, no es sólo jugar con las palabras, y no se trata de confundir a nadie. Es un factor de duplicación que de manera muy dramática te

muestra la enorme diferencia entre las ventas y las redes de mercadeo.

Esto es lo que le respondería a la gente que lo cuestiona: “Si eres un vendedor asombroso con habilidades únicas, entonces te irá muy bien vendiendo, y seguramente tendrás un destino fatal en las redes de mercadeo.” ¿Por qué? Porque aunque puedas vender muchos productos, *la mayor parte de la gente que esté en tu red no podrá hacer lo mismo*. Y en consecuencia, la red no crecerá y morirá de forma prematura.

Robert: Porque ahogaste el fuego demasiado pronto.

John: Correcto. Lo he visto suceder muchas veces. En ocasiones, la gente talentosa y creativa comienza en las redes de mercadeo y de pronto se topa con un enorme muro de ladrillos porque cree que la forma de ser exitoso es usar su ingenuidad, talento y

habilidades únicas para ser extraordinario. Pero no se trata simplemente de lo que puedes hacer, sino de lo que puedes hacer y que *los demás* puedan imitar.

También he visto a algunas empresas cometer el mismo error de reconocer con demasiada vehemencia los altos niveles de ventas personales, en lugar de enfatizar más un trabajo didáctico colectivo que les permita a todos duplicar sus esfuerzos en el desempeño de otros. La clave radica en la habilidad de duplicar, no de ser un gran vendedor. Cuando las compañías de redes de mercadeo no logran entender esto, merman su habilidad para desarrollar e infundirle energía, de manera continua, a su motor de crecimiento: la gente que logra duplicarse a sí misma.

Robert: Eso es fascinante porque cuando hablas de gente que trata de ser muy ingeniosa al respecto, ¿sabes a qué me recuerda? A la forma en que piensa una persona del cuadrante A, no

del D. Cuando vives en el cuadrante A tienes que ser, a toda costa, ¡inteligente, creativo y único! ¿Pero de qué te sirve eso en el cuadrante D? Es como el beso de la muerte.

Henry Ford no creó un imperio y cambió al planeta por medio de la construcción de un modelo de negocio basado en las habilidades y los talentos de sus trabajadores.

Por supuesto, pudo haber contratado *artesanos* que construyeran los automóviles a mano. Éstos habrían sido hermosísimos, e incluso Ford habría logrado vender algunos cientos de ellos. Pero no, lo que Ford hizo fue diseñar un modelo en el que la gente ordinaria pudiera participar con su tiempo y esfuerzo para producir millones de autos casi de manera simultánea.

Ford pensaba como una persona del cuadrante D.

John: A mí no se me habría ocurrido expresarlo de esa manera, pero es exactamente lo que pasa.

Y si quieres tener éxito en las redes de mercadeo, así es como debes pensar.

Repito que lo que le brinda a los negocios de redes de mercadeo su verdadero poder, no es lo que tú puedas *hacer*, sino lo que puedas *duplicar*. En otras palabras, necesitas construir tu negocio de tal forma que, prácticamente, cualquiera pueda copiarlo. ¿Por qué? Porque es indispensable que otros hagan lo mismo que tú. Es lo que más necesitas porque la duplicación será la clave de tu éxito.

Retomaremos la conversación sobre la "duplicación" más adelante pero, por el momento, quisiera hablar un poco sobre el término *expandible*.

HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN PARA LA EXPANSIÓN INFINITA

Ahora te presento otra forma de explicar lo que

John nos acaba de decir sobre la importancia de la duplicación: el poder de tu negocio está en la capacidad de expansión. Decir que un negocio es expandible significa que puede operar a cualquier escala.

Con frecuencia, este concepto representa el punto de quiebre de los empresarios. El mundo está lleno de gente que desea dedicarse a la actividad empresarial y logra crear negocios increíbles, siempre y cuando puedan mantenerse operando a una escala tan pequeña que ellos mismos puedan controlar todos los aspectos. Sin embargo, muy pocos empresarios logran entender la forma en que pueden diseñar su modelito de negocios de tal suerte que éste se pueda multiplicar y replicar muchas veces sin que ellos, como directores, tengan que *participar de manera directa*.

Éste es el secreto de la genialidad que Ray Kroc mostró al crear el fenómeno de McDonald's. Él no buscó a un grupo élite de restauranteros talentosos con alto nivel de experiencia para que dirigiera

sus operaciones múltiples. Más bien, diseñó la manera de *incluir el alto nivel de experiencia en la operación*.

Eso es precisamente lo que también han hecho las empresas más inteligentes de redes de mercadeo. En lugar de tratar de reclutar sólo a los oradores, presentadores y vendedores más hábiles, diseñaron la presentación del sistema mismo, a través de *herramientas de información*. Pero no sucedió de la noche a la mañana, como John lo explica.

John: En los inicios de las redes de mercadeo, los practicantes se enfrentaron a un desafío muy grande. Aunque es verdad que cualquiera puede aprender a dar una presentación, no cualquiera puede dar una presentación *efectiva*. Esto significa que, aunque en teoría, "cualquiera" podía tener éxito en este negocio, no siempre sucedía así.

Al principio los negocios confiaban en gente con grandes habilidades para ofrecer

presentaciones, y buena parte de aprender el negocio radicaba en saber cómo hacer presentaciones grandiosas. Pero de la misma manera que sucede con las ventas, muy poca gente puede llegar a ser verdaderamente hábil para dar presentaciones profesionales e inmaculadas. Como era de esperarse, esto representó una limitación en la capacidad del negocio para crecer.

Robert: Y ahí fue cuando aparecieron las herramientas para la presentación.

John: Correcto. Hace muchos años se trató de hacer las presentaciones con folletos y libros de ventas, y se tuvo algo de éxito. Aunque la persona promedio no necesariamente llega a ser un gran presentador, él o ella, sí puede guiar a un prospecto con la ayuda del folleto o catálogo. Sin embargo, los folletos no son suficientemente atractivos para capturar el interés de alguien de la misma forma que una presentación en vivo

realizada por un orador dinámico.

En las pasadas décadas ha habido un cambio profundo en la tecnología de la presentación. La explosión de tecnologías digitales logró emparejar el campo de juegos. Las herramientas digitales como discos compactos, DVD y medios en línea, han hecho posible la recreación de una presentación en vivo con todas sus atractivas y dinámicas características.

Me parece interesante, Robert, que hayas intitulado a este libro *El negocio del siglo XXI* porque, a pesar de que este modelo de negocios lleva varias décadas funcionando, apenas ahora comienza a notarse su potencial verdadero, y esto de lo que estamos hablando, la tecnología, es una de las razones para que eso suceda.

En la actualidad, cuando inicias tu propio negocio de redes de mercadeo, *no es necesario* que te conviertas en un avezado orador en público. De hecho, si tratas de hacerlo, podría resultar contraproducente porque, repito, ésa es una habilidad de alta especialización y, por

tanto, no es fácilmente duplicable.

En lugar de tratar de entrenarte para ser orador y presentador experto, usa las herramientas que ofrezca tu compañía *para que éstas hagan el trabajo por ti*.

Por si fuera poco, estas herramientas suelen ser económicas porque a la empresa *le interesa* que lo sean y porque la tecnología también lo hace posible.

Los CD, DVD y presentaciones en línea de bajo costo, pero alta calidad, a menudo incluyen transmisión de audio y video. Todo lo anterior ha hecho posible que el sueño de una operación de redes de mercadeo verdaderamente democrática *y expandible* sea una realidad, con lo que se logra crear un modelo de negocios que les permite a muchos tener control y ser excelentes.

¿Te das cuenta de lo que eso significa? Que a medida que vas construyendo tu negocio de redes, también estás construyendo un activo expandible. Dicho llanamente, significa que puedes llegar a

tener un negocio tan grande como quieras.

Antes de continuar quisiera hacerla de abogado del diablo otra vez con John.

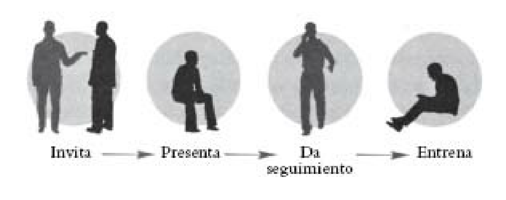
Robert: John, tengo que hacerte la pregunta que suelen formular los escépticos cuando escuchan esta información sobre ser duplicable: "Entonces, si en realidad no tienes que ser un gran vendedor y tampoco tienes que ser un orador o presentador experto, ¿qué es lo que haces? ¿Por qué te necesita la compañía?"

John: Tienes que hacer redes. Por eso se llama redes de mercadeo, y para eso te necesita la compañía. Por eso es que te pagan.

Como negociante en redes, lo que tienes que hacer en tu empleo, por decirlo de alguna manera, es conectarte con la gente, invitarla a probar los productos que a ti ya te gustan, y leer la información que le darás. Después de eso, tendrás que hacer seguimiento. Luego, en cuanto decidan unirse al negocio, compartirás tu

entusiasmo y experiencia, y les ayudarás a aprender a hacer lo mismo que tú. Una vez más, te digo que hay herramientas digitales que pueden quitarte de encima el peso de tener que entrenar a alguien con profesionalismo.

Tu labor es construir relaciones, conversar, explorar las posibilidades, llegar a conocer a la gente y ayudarla a entender de qué se trata el negocio.



Así que hay partes de este negocio que las herramientas pueden hacer mejor que tú. Ésa es la presentación y, hasta cierto punto, también el entrenamiento. Pero también hay partes que sólo tú puedes llevar a cabo de una forma única, como lo que se refiere a la conexión humana.

La idea central es esta: en las redes de mercadeo *eres el mensajero, no el mensaje*.

Ya pasaron los días en que tenías que cargar un voluminoso paquete de productos para repartir muestras, improvisar toda una tienda al menudeo en tu sala, o memorizar largas listas de características de productos y estadísticas financieras. Estamos en el siglo XXI, y en las redes de mercadeo de la actualidad, las herramientas se encargan de todo eso. Tu labor es conectarte con la gente e invitarla a participar.

Y por cierto, esto no significa que tengas que aprender otras habilidades que no tengas. Sólo necesitas desarrollar las que analizamos como parte del Activo #1: la habilidad de tener confianza en ti mismo, soportar el rechazo, comunicarte, ser un gran narrador de historias, preocuparte por la gente, entrenarla, y todo lo demás.

Todas estas son habilidades que están disponibles para todo mundo. Si alguna vez

ayudaste a formar una liga de soccer, una asociación de padres de familia o un club de ajedrez; si alguna vez formaste parte de una campaña política o comité de la iglesia, si entrenaste a un equipo o formaste tu propia banda de música, entonces ya sabes qué es construir una red.

No necesitas vendedores altamente capacitados para duplicar lo que hagas, sólo personas dispuestas a aprender los rudimentos del negocio y las habilidades de comunicación, y que puedan crecer en lo personal para convertirse en empresarios con decisión propia y capacidad para formar equipos.

Muy poca gente es buena en ventas, pero casi todo mundo puede hacer redes, entrenar a otros y construir equipos, lo cual significa que el negocio está abierto a cientos de millones de vecinos tuyos. Y eso, a su vez, significa que ya tienes un negocio expandible y susceptible de duplicarse. En cuanto éste cuente con cinco personas, y luego cincuenta, habrás dominado las experiencias

básicas que se requieren para crecer a quinientos, cinco mil y la cifra que siga.

Lo cual nos lleva al tema del *liderazgo*.

14

Activo #6: *Habilidades de liderazgo sin comparación*

Cuando comencé a investigar el mundo de las redes de mercadeo, fui a varias reuniones y eventos en los que escuché a mucha gente hablar al frente del salón, con la intención de inspirar a otros a encontrar su grandeza personal.

Mientras escuchaba a esos individuos contar sus historias sobre cómo empezaron con nada y, eventualmente se convirtieron en gente rica más allá de lo que jamás imaginaron, comprendí que este negocio hacía por la gente lo mismo que mi padre rico me había indicado que hiciera: no sólo enseñar los principios del negocio, sino formarlos como líderes.

Aunque daba la impresión de que hablaban mucho sobre dinero, aquellas personas en realidad estaban inspirando a otros a salir de sus caparazones, a ir más allá de sus miedos y a perseguir sus sueños. Pero hacer eso, exige que el orador tenga habilidades de liderazgo porque, aunque mucha gente repite los lugares comunes

sobre los sueños, pasar más tiempo con la familia y alcanzar la libertad, muy pocos oradores logran inspirar confianza y motivación suficientes para hacer que otros sigan sus consejos.

No se trata nada más de memorizar y repetir las palabras correctas, sino de desarrollar la habilidad de hablar de manera directa al espíritu de otros. Esta cualidad va más allá de las palabras, es liderazgo genuino.

El liderazgo es la fuerza que hace que todo tome forma.
El liderazgo es lo que construye los grandes negocios.

Tal vez, en tu opinión, las habilidades de liderazgo deberían estar incluidas en el Activo #1: Una educación de negocios en el mundo real, o en el Activo #2: Un camino provechoso de desarrollo personal. Esa observación me parece razonable, podrías argumentar su aparición en ambos; sin

embargo, la verdad es que tener la capacidad de guiar a otros es una habilidad tan valiosa, poderosa y poco común, que es, legítimamente, un activo por sí misma y merece un capítulo propio.

Todas las otras habilidades de negocios son ingredientes esenciales, pero el liderazgo es la fuerza que hace que todo tome forma, el liderazgo es lo que construye los grandes negocios.

HABLARLE DIRECTAMENTE AL ESPÍRITU

Yo crecí en las décadas de los cincuenta y sesenta, y creo que John F. Kennedy fue uno de los más grandes oradores que he escuchado. Cuando le dijo a la nación, en mayo de 1961, que íbamos a poner a un hombre en la Luna *en menos de diez años*, nuestros científicos no tenían idea de cómo lograrían tal cosa. Era algo que trascendía cualquier ambición, era demencial. Y sin embargo, lo hicimos. A pesar de que JFK fue asesinado menos de tres años después de hacer esa

declaración, y con tres cuartos de década todavía por correr, su liderazgo había sido tan poderoso y convincente, que la visión trascendió su muerte. A pesar del asesinato, de la catástrofe de Vietnam, de que a la nación la azotaran los disturbios y la división, y de que el manejo de la presidencia pasara de las manos del vicepresidente de JFK a las de Richard Nixon, su rival, ¿qué fue lo que hicimos?

Pusimos a un hombre en la Luna en 1969. Por supuesto: *en menos de una década*.

Eso es liderazgo: el poder de hacer que las cosas sucedan por la mera fuerza de la visión que se comparte. Los líderes genuinos pueden mover montañas.

En Vietnam descubrí que los grandes líderes no eran los individuos rudos que gritaban y vociferaban, o que eran abusivos en el aspecto físico. Al calor de la batalla descubrí que, con frecuencia, los más grandes y valientes líderes eran callados, pero cuando hablaban lo hacían para nuestra alma y espíritu.

El dinero no va al negocio que tiene los mejores productos o servicios. Sino al que cuenta con los mejores líderes.

Todos los grandes líderes han sido maravillosos narradores que pudieron comunicar su visión de tal manera que lograban que los otros también la vieran. Seres como Jesucristo, Buda, la Madre Teresa, Gandhi, Mahoma. Todos ellos fueron grandes líderes, lo que implica que también fueron excelentes narradores.

El dinero no va al negocio que tiene los mejores productos o servicios. Sino al que cuenta con los mejores líderes. Un negocio que olvida cómo contar su propia historia en muy poco tiempo estará en quiebra, incluso si tiene toneladas de inventario. Cada vez que me encuentro con un negocio que tiene problemas financieros, por lo general se debe a que el líder no logra comunicar la visión de la compañía; es decir, a que él o ella

no pueden contar la historia. Tal vez son inteligentes, pero no tienen habilidades de comunicación, al menos no las indispensables para un líder.

Las habilidades de liderazgo que necesitas desarrollar para el cuadrante D son muy distintas a las habilidades de administración que tan a menudo se necesitan para los cuadrantes E y A. Pero no me malinterpretes: las actividades de administración son importantes, es sólo que hay una gran diferencia entre éstas y las habilidades de liderazgo. Los mánagers no son necesariamente líderes, y los líderes no son necesariamente mánagers.

Conozco a mucha gente del cuadrante A, el de los especialistas o propietarios de negocios pequeños, a quienes les gustaría expandir sus negocios pero no pueden hacerlo por la siguiente razón: carecen de habilidades de liderazgo. Nadie quiere seguirlos; sus empleados no confían en ellos, ni se sienten inspirados por sus acciones. He conocido a muchos mánagers de posiciones

intermedias que no pueden subir por el escalafón corporativo porque no se pueden comunicar con otros. El mundo está lleno de gente solitaria que parece no poder encontrar al hombre o mujer de sus sueños, tan sólo porque no logran comunicarle a alguien más lo buenas personas que son.

La comunicación afecta todos los aspectos de la vida, y ésta es la habilidad que se enseña en las redes de mercadeo.

Los líderes de redes de mercadeo a veces se describen a sí mismos como “narradores extremadamente bien pagados” y, de hecho, son los narradores *mejor* pagados, y hay una razón sencilla para ello: son de los *mejores*.

Cuando comencé a asistir a los entrenamientos de negocios de redes de mercadeo, llegué a conocer a propietarios de exitosos negocios en el mundo real, quienes habían comenzado de cero. Muchos eran grandes maestros porque impartían el conocimiento basándose en la experiencia, no en la teoría. Debido a que asistí a muchos seminarios de negocios, a menudo me descubrí asintiendo

porque estaba de acuerdo con lo que decían acerca de lo que se requiere para sobrevivir en las calles de los negocios del mundo real.

Después de los seminarios, a veces hablaba con los instructores. Me sorprendió mucho enterarme de cuánto dinero ganaban, aparte del que obtenían de sus negocios, también de sus inversiones. Algunos de ellos ganaban bastante más que muchos directores ejecutivos de las corporaciones norteamericanas.

Además de todo lo anterior, estos instructores tenían algo más que me impresionaba bastante. A pesar de que eran adinerados y, ciertamente, *no tenían* por qué estar conduciendo aquellos eventos, sentían pasión por enseñar y ayudar a sus semejantes.

Entonces empecé a comprender que, a diferencia del tradicional negocio corporativo o gubernamental que consiste en otorgarles ascensos sólo a algunos y mantener contentas a las masas de empleados con un cheque de nómina constante, el negocio de redes de mercadeo se basaba en que

los líderes motiven a la gente. Aquellos instructores del ámbito de las redes de mercadeo *no* decían: “Si no tienes buen desempeño, perderás tu empleo.” Decían: “Déjame ayudarte a ser mejor y lograr más. Mientras quieras aprender, ahí estaré para enseñarte. Somos parte del mismo equipo.”

UN TIPO DE LÍDER MUY ESPECIAL

Mucha gente tiene cualidades de líder, pero éstas no siempre salen a flote porque no tienen oportunidad de hacerlo. Mi padre rico entendía muy bien esto. Una de las razones por las que me motivó a entrar al cuerpo de Marina, y luego a ir a la guerra de Vietnam, fue para que yo pudiera desarrollar mis habilidades de liderazgo.

Sin embargo, tú no tienes que unirte a los Marines para que el líder que hay en ti florezca. Esa oportunidad te la pueden brindar las redes de mercadeo. Y lo mejor de los programas de liderazgo en este tipo de negocio es que te ayuda a desarrollar un *tipo* muy particular de liderazgo.

Las redes de mercadeo tienden a desarrollar el tipo de líder que influye en otros porque es un gran maestro y porque enseña a los demás a cumplir *sus* sueños de vida.

El ejército desarrolla un tipo de líder que inspira a otros hombres y mujeres a defender a su país. El mundo de los negocios desarrolla un tipo de líder que forma equipos para vencer a la competencia. Las redes de mercadeo tienden a desarrollar el tipo de líder que influye en otros porque es un gran maestro y porque enseña a los demás a cumplir *sus* sueños de vida.

En lugar de vencer al enemigo o a la competencia, la mayoría de los líderes de redes de mercadeo sólo inspira y enseña a otros a encontrar, sin dañar a nadie, la riqueza financiera que este mundo les ofrece.

Desarrollar la capacidad de liderazgo es parte

del valor intrínseco de las redes de mercadeo. Naturalmente, podrías aprender liderazgo en cualquier otro sitio. Los ámbitos del ejército, gobierno y corporaciones, como otros ámbitos de la vida, producen líderes, pero no muchos. El liderazgo genuino es algo muy poco común, excepto en las redes de mercadeo.

John tiene una perspectiva muy interesante de la razón de esto.

> **John**: Lo que las redes de mercadeo tienen es que vinculan una amplia estructura de compensación a un campo de gente que está conformado, al cien por ciento, de voluntarios.
>
> No vas a encontrarte a un solo distribuidor de redes que cheque tarjeta o que *tenga* que ir a trabajar. Como todos son representantes independientes, no se les puede contratar ni despedir: todo mundo está ahí de forma voluntaria. Nadie te puede decir qué hacer ni darte órdenes.
>
> Entonces, ¿por qué funciona? ¿Cuál es el

motor que impulsa a la máquina? La respuesta es una sola palabra: liderazgo.

Asimismo, el liderazgo que desarrolles en tu negocio de redes de mercadeo se expandirá a todos los demás ámbitos de tu vida.

LOS CUATRO ELEMENTOS DEL LIDERAZGO

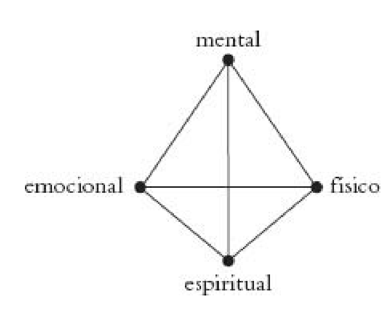
Las escuelas tradicionales te entrenan para que seas buen empleado. Éstas se enfocan en una cosa solamente: tu habilidad mental. Si puedes resolver ecuaciones, comprender lo que lees y obtener buenas calificaciones en las evaluaciones, serás considerado suficientemente inteligente como para dirigir una empresa.

Pero eso es ridículo.

Yo soy un empresario exitoso hoy en día, gracias al entrenamiento que recibí en la marina. Las escuelas militares te preparan para ser un gran líder, pero no sólo se enfocan en la mente, sino en

las capacidades emocionales, físicas y espirituales. Ahí te enseñan a funcionar bajo presión extrema.

Yo tuve la suerte de volar un helicóptero en Vietnam, pero jamás habría regresado de ahí si no hubiera desarrollado mi espiritualidad. Si ésta no hubiera sido fuerte, entonces el miedo (emoción) se habría impuesto y, posiblemente, me habría paralizado (físico) al tratar de activar los controles del artillero. Tener estos cuatro elementos: mental, emocional, físico y espiritual; y que funcionaran en armonía, me ayudó a llevar a buen fin cada una de mis misiones.



Todo lo anterior también me proveyó el conocimiento y la comprensión necesarios para ser un buen líder en el mundo de los negocios, porque éstos son exactamente los cuatro elementos de liderazgo que se requieren para tener éxito. Mente, espíritu, cuerpo y emociones.

Si no puedes controlar estos cuatro aspectos de ti, fracasarás. Y si no puedes ayudar a tus empleados a desarrollarlos en sí mismos y a convertirse en líderes eficientes, también fracasarás. Es así de sencillo.

En las escuelas militares también te enseñan que estar al frente significa que no te debe importar si les simpatizas a los demás o no. Por supuesto, todos deseamos agradar a los otros, pero para ser un gran líder tienes que establecer límites, supervisar el comportamiento de tu personal y hacer lo necesario para corregir errores si se requiere. A veces tú mismo tendrás que reprender a otros. Sí, va a suceder, no hay manera de evitarlo. Pero no te preocupes, porque ahora te voy a decir algo positivo que también pasará:

formarás el mejor equipo posible, uno que entienda qué esperas, cuáles son tus límites, qué toleras y qué no.

15

Activo #7: *Un mecanismo para la genuina creación de riqueza*

Thomas Jefferson y John Adams, dos de los tres forjadores de la Declaración de Independencia, fueron amigos de toda la vida a pesar de que tenían sus diferencias, incluso algunas bastante marcadas. Ambos eran opuestos en temperamento, y en alguna ocasión fueron amargos archirrivales políticos, con opiniones diametralmente opuestas sobre muchos temas. Por años, nuestros segundo y tercer presidentes se negaron a hablar entre sí. Pero tiempo después se reconciliaron y, gracias a ello, su abundante correspondencia es ahora uno de los tesoros de la literatura norteamericana.

Ambos murieron el mismo día: 4 de julio de 1826, a cincuenta años de la firma de la Declaración de Independencia en cuya redacción habían participado ambos, con Benjamin Franklin. Pero hay otro dato curioso más acerca de estos hombres: la relación que tenían con la riqueza.

Jefferson era el típico aristócrata terrateniente de Virginia, y tenía una propiedad de miles de acres. Adams era un abogado de Massachusetts,

proveniente de una familia granjera pobre, y vivió bastante alejado de la riqueza. Sin embargo, para el día que murió, sus bienes tenían un valor neto de cien mil dólares. El valor de los de Jefferson era el mismo, pero en *deuda*.

Riqueza no es lo mismo que dinero. A la riqueza no se le mide de la misma manera que al ingreso. A la riqueza se le mide a través del tiempo.

Jefferson tenía dinero y propiedades, pero se le escaparon de las manos. Adams nunca tuvo mucho *dinero* y, aunque vivió con sencillez, siempre supo bien cómo generar riqueza.

Una de las razones más importantes por las que estoy escribiendo este libro es porque quiero asegurarme de que entiendas la diferencia fundamental entre dinero y riqueza. ¿Por qué el típico ganador de millones de dólares en la lotería

invariablemente termina en bancarrota a tres años de recibir el premio? Porque, aunque tuvo un repentino golpe de suerte que le proveyó *dinero*, jamás desarrolló un concepto acertado de la *riqueza*.

Riqueza no es lo mismo que dinero. A la riqueza no se le mide de la misma manera que al ingreso. A la riqueza se le mide en tiempo. Si lo único que tengo a mi nombre son mil dólares en una combinación de ahorros y cuenta de cheques, y si mis gastos ascienden a cien dólares diarios, entonces mi riqueza equivale a diez días. Riqueza es la habilidad de sobrevivir tantos días como sea posible, hacia adelante. Pregúntate lo siguiente: "Si dejara de trabajar hoy, ¿cuánto tiempo podría sobrevivir en el aspecto económico?" Tu respuesta será igual a la riqueza que posees en este momento.

Creo que será mejor que profundicemos en la definición. A la riqueza se le mide de acuerdo con *la riqueza de tu experiencia de vida hoy, más el número de días a futuro*, que tendrías la

oportunidad de seguir viviendo con el mismo nivel.

Los ricos se vuelven más ricos porque trabajan para obtener un tipo distinto de dinero. Ellos no trabajan para generar ingresos, sino para construir riqueza. Hay una gran diferencia entre estos conceptos.

Uno de los valores más importantes de los negocios de redes de mercadeo —y precisamente el que tanto le cuesta trabajo entender a la mayoría de la gente que analiza este modelo de negocios— es que se trata de un motor de generación de riqueza personal.

MI SENCILLO CAMINO DE CUATRO PASOS HACIA LA LIBERTAD FINANCIERA

Kim y yo pudimos retirarnos a temprana edad, sin empleos, sin ayuda del gobierno y sin necesitar de fondos mutualistas o acciones. ¿Por qué sin necesitar de fondos mutualistas o acciones?

Porque creímos que eran inversiones demasiado riesgosas. Como yo lo veo, los fondos mutualistas son tal vez la más peligrosa de todas las inversiones.

Kim y yo usamos un sencillo plan de cuatro pasos para retirarnos siendo jóvenes y millonarios. Nos tomó nueve años, de 1985 a 1994. Comenzamos sin nada y terminamos alcanzando la libertad financiera. Sin una sola acción o fondo mutualista. Funciona así:

1) Construye un negocio.
2) Reinvierte en tu negocio.
3) Invierte en bienes raíces.
4) Deja que sean tus activos los que compren tus lujos.

Ahora veamos cómo funciona la secuencia.

1) Construye un negocio

Construir un negocio te permite generar mucho

dinero. Además, las leyes fiscales de los Estados Unidos son muy favorables para la gente que obtiene sus ingresos en el cuadrante D, y castiga a la gente que los consigue en el cuadrante E.

Un negocio es como un niño: necesita tiempo para crecer. Aunque puede tomar menos o más tiempo, hacer que un negocio despegue podría llevarte, en promedio, cinco años.

2) Reinvierte en tu negocio

La clave para este proceso es que no trates de usar tu negocio como una fuente de ingresos para vivir. Muchos de los participantes que apenas comienzan en las redes de mercadeo cometen este error. En cuanto empiezan a ver que fluye un ingreso de su nuevo negocio, lo usan para expandir sus gastos en la vida: se compran un segundo auto, una casa más grande y se toman vacaciones, entre otras cosas.

¿Por qué hace esto la gente? No es porque sea idiota: he visto a muchas personas inteligentes y bien informadas obedecer este patrón. Lo hacen

por una sola razón: porque viven, respiran y piensan *en el cuadrante E*. Si quieres generar riqueza, tienes que sacar la cabeza del lado izquierdo del diagrama y comenzar a pensar en D e I.

Antes que nada, conserva tu empleo de tiempo completo. Recuerda que el objetivo no es reemplazar tu empleo con el negocio, porque eso sólo sería tratar tu negocio como si fuera un nuevo empleo. De esa manera jamás construirás riqueza. Lo mejor que puedes hacer en cuanto tu negocio comience a producir algo de dinero es dar el paso 2: reinvierte tu nuevo ingreso en ese negocio para que crezca aún más.

"Pero no quiero conservar mi empleo de tiempo completo. ¡Odio trabajar ahí! ¿Qué no es ése el punto de todo esto? ¡Quiero dejar de ser un empleado!"

En cualquier negocio, la razón por la que mucha

gente no logra gran riqueza es porque no reinvierte continuamente en él.

Muy bien: quieres salir del cuadrante E y dejar ese empleo que tienes porque tal vez lo odias. O quizá eres como muchos profesionistas que conozco y, en realidad, adoran lo que hacen pero no les gusta la idea de que *tendrán* que seguir haciéndolo por cuarenta, cincuenta o sesenta horas a la semana. Sin importar cuáles sean tus razones, debo decirte la cruda verdad: si te gastas el ingreso de tu nuevo negocio en tus compromisos mensuales, no estarás forjando un negocio, sólo estarás creando otro empleo.

Un verdadero propietario de negocio nunca deja de invertir y reinvertir para fortalecer lo que está creando. En cualquier negocio, la razón por la que mucha gente no logra gran riqueza es porque no reinvierte continuamente en él.

Pero, ¿cuál sería el equivalente de lo anterior en un negocio de redes de mercadeo?

John: Un negocio tradicional podría reinvertir en una bodega nueva, en una campaña nacional de publicidad, en desarrollar nuevas líneas de productos o comprar nuevos canales de distribución. Pero como comerciante en cadenas, tú no tienes que incurrir en ese tipo de gastos: la compañía de redes de mercadeo ya hace esas inversiones por ti.

Entonces, ¿*cómo* reinviertes tú en tu negocio? Hay ciertos rubros en los que puedes invertir de manera muy informada: en entrenamiento y educación para ti mismo, en viajes para fortalecer tu creciente cadena en otras ciudades, en herramientas educativas y de promoción, y en fuentes que te ayuden a nutrir el negocio.

No obstante, las redes de mercadeo son un negocio cuyo mayor capital de inversión no es tu dinero, sino tu *tiempo y esfuerzo*.

Lo que significa que la mayor parte de tu ingreso de redes está disponible para que fortalezcas el

serio proceso de construir riqueza. ¡Pero date cuenta de que dije “construir tu riqueza”, no “malgastar tu riqueza” !

No cometas el mismo error que muchas otras personas: empezar a gastar hasta el último dólar recibido por cheques de comisión, en un auto, una casa o un estilo de vida más ostentoso. No abuses del ingreso de tu nuevo negocio al verterlo solamente en otros agujeros más grandes en el suelo.

Trátalo con el respeto que se merece e inviértelo.

3) INVIERTE EN BIENES RAÍCES

A medida que tu ingreso crezca, empieza a usar ese ingreso adicional para comprar bienes raíces.

Habrás notado que no hay fondos mutualistas, portafolios de acciones ni otro tipo de activos de papel en este plan. Eso se debe a que, aunque son los activos más fáciles de poseer (porque lo único que tienes que hacer es comprarlos), creo que el

intercambio de acciones y fondos mutualistas es riesgoso, las ganancias están gravadas fiscalmente a tasa de ganancias de capital y, además, invertir exige de educación financiera para disminuir el riesgo. La idea aquí es que tú uses tu nuevo dinero adicional para construir un activo que te genere ingresos. Hay muchos tipos de activos que pueden hacer esto, pero el que más recomiendo son los bienes raíces. Lo hago por dos razones.

En primer lugar, las leyes fiscales están redactadas para favorecer a los propietarios de negocios que inviertan en bienes raíces.

Y en segundo lugar, porque a tu banquero le encanta prestarte dinero sobre bienes raíces. Trata de pedirle un préstamo a treinta años, al 6.5 por ciento, para comprar fondos mutualistas o acciones. Se reirá de ti al mismo tiempo que te acompañe hasta la puerta del banco.

A menudo, la gente me pregunta: "¿Cómo puedo comprar bienes raíces si apenas tengo suficiente dinero para pagar la renta?" Buena pregunta: no puedes. Es decir, no podrás hacerlo hasta que

tengas el dinero adicional. Por eso este paso es el que sigue *después* de construir un negocio y reinvertir en su crecimiento continuo: para que tengas dinero extra.

Pero déjame explicar lo que quiero decir con "Invierte en bienes raíces", porque mucha gente malinterpreta por completo la forma en que los bienes raíces funcionan como activos. La mayoría de las personas cree que el punto de adquirir bienes raíces es comprar propiedades a un precio y luego venderlas (ya sea rápidamente y con algunas mejoras apresuradas, o tiempo después) a un precio más alto. Pero eso está mal. Eso es como comprar una vaca y venderla en bisteces. Lo que necesitas hacer es comprar la vaca y conservarla para que puedas vender su leche siempre.

El propósito de comprar bienes raíces no es venderlos, sino construir un activo que genere ingresos.

Aprender a hacer lo anterior exige tiempo, educación, experiencia y dinero. Y al igual que cualquier lección recién aprendida, será difícil no

cometer errores —y los errores en bienes raíces (particularmente en el manejo de propiedades), pueden ser muy costosos. A menos de que cuentes con un ingreso adicional estable y las ventajas fiscales del cuadrante D, los bienes raíces serán demasiado riesgosos o lentos para ti.

Mucha gente fracasa y no se vuelve rica con los bienes raíces porque no tiene la cantidad necesaria de dinero. La verdad es que los mejores tratos de bienes raíces suelen ser costosos. Si no tienes mucho dinero, a veces sólo puedes conseguir las ofertas que la gente que sí tiene medios dejó pasar. Muchos buscan inversiones "de saliva" porque lo único que tiene para invertir ¡es saliva! A menos de que cuentes con mucha experiencia y tengas bastante dinero a la mano para usarlo en cuanto se necesita, incluso invertir saliva podría ser la aventura más riesgosa de toda tu vida.

4) DEJA QUE SEAN TUS ACTIVOS LOS QUE COMPREN TUS LUJOS

Por muchos años, incluso hasta después de que pudimos darnos el lujo de hacer más, Kim y yo seguimos viviendo en una casa pequeña con una hipoteca mensual de 400 dólares, y manejamos autos comunes y corrientes. Mientras tanto, no dejábamos de usar todo el ingreso adicional que generábamos para construir nuestros negocios e invertir en bienes raíces.

Actualmente vivimos en una casa grande y tenemos seis autos de lujo entre los dos. Sin embargo, nosotros no compramos la casa ni los autos: nuestros activos lo hicieron. Kim y yo sólo disfrutamos de ellos.

Cuando digo "lujo", no necesariamente me refiero a algo extravagante u ostentoso. Hablo de algo que tal vez quieres y disfrutas, pero que existe más allá de lo que "necesitas".

Te daré un ejemplo. Piensa en alguien a quien conozcas y que trabaje para vivir, pero no le agrade su empleo. Si le dijeras a esa persona: "Oye, si no te gusta tu empleo, ¡deberías renunciar!", ¿qué crees que te contestaría?

Me encantaría, pero no puedo darme ese lujo.

Así es: para mucha gente, el hecho de no tener su trabajo sería el primer lujo que se daría. ¿Cómo obtienes ese lujo? Al igual que cualquier otro: dejas que tu negocio y/o propiedades de bienes raíces lo compren para ti. Para que eso pueda suceder, tienes que construir los activos hasta el punto en que *puedan comprar* lo que desees.

¿Ya viste cómo funciona?

No uses el ingreso para comprarte lujos: úsalo para construir activos —es decir, tus negocios e inversiones en bienes raíces— y luego, cuando estén suficientemente construidos para hacerlo, permite que ellos adquieran tus lujos.

Esto nos lleva al tema de los sueños.

16

Activo #8: *Sueños grandes y la capacidad de vivirlos*

Una de las características más valiosas de las empresas de cadenas de mercadeo es que enfatizan la importancia de perseguir tus sueños. Fíjate que no dije, “la importancia de *tener* sueños”. Ellos no sólo quieren que *tengas* sueños, quieren que los vivas.

Y lo más importante es que te motivan a que sueñes en grande. Una de las más agradables situaciones que viví cuando empecé a investigar las redes fue que, de pronto, me encontré soñando todavía muchísimo más de lo que ya lo hacía.

Con frecuencia, los negocios tradicionales no están interesados en que tengas grandes sueños. De hecho, funcionan mejor si tus aspiraciones son modestas: unas breves vacaciones de verano, un poco de tiempo para compartir, el pasatiempo del que disfrutas, un buen juego de golf el domingo por la tarde. Ese tipo de cosas.

No quiero decir que haya algo de malo con tener sueños modestos, lo que quiero decir es que son parte de una vida modesta o pequeña.

De chico escuché a mis padres utilizar con frecuencia la frase: “No podemos pagarlo.” Mi padre rico, sin embargo, nos prohibió a su hijo y a mí pronunciar esas palabras, e insistió en que, en lugar de eso, nos preguntáramos, *¿cómo* podría pagarlo?

Aunque la diferencia entre ambas frases parece muy pequeña, en realidad es inmensa. Ese mínimo cambio en tu forma de pensar, multiplicado por las experiencias, percepciones y decisiones de toda una vida, te llevará a un lugar que está a millones de kilómetros de donde terminarías si no llevas a cabo esa modificación.

Cuando adoptas el hábito de preguntarte: “¿Cómo puedo pagarlo?”, te estás entrenando para tener sueños más y más grandes, y no sólo tenerlos, sino también creer que puedes realizarlos. El hecho de decir: “No puedo pagarlo”, por otra parte, ahoga tus sueños como una toalla mojada apaga la llama de una vela. En el mundo ya hay mucha gente que está tratando de apagar tus sueños, ¡así que no te unas a ese grupo!

Oh, tal vez no sea su intención pero, con buenas intenciones o no, las palabras de esa gente son mortales.

> "No puedes hacer eso."
> "Es demasiado riesgoso. ¿Sabes cuánta gente ha fracasado al intentarlo?"
> "No seas tonto. ¿De dónde sacas esas ideas?"
> "Si es una idea tan buena, ¿por qué no la llevó a cabo alguien más ya?"
> "Ay, yo intenté eso hace muchos años. Déjame explicarte por qué no va a funcionar."

Estas frases asesinan sueños. Además, he notado algo interesante en la gente que las dice: casi siempre se trata de personas que ya renunciaron a sus sueños.

Lo importante es esforzarse, aprender y hacer lo mejor para desarrollar tu fuerza personal y ser

capaz de comprar esa gran casa, así como descubrir a la persona en que te transformas durante el proceso.

Cuando Kim y yo estábamos en quiebra, nos dijimos a nosotros mismos que compraríamos una casa grande en cuanto tuviéramos un millón de dólares. Así lo hicimos, y nos fascinó estar ahí, sin embargo, lo importante para nosotros no era la casa. Ni siquiera haber tenido la capacidad para adquirirla. Lo importante era en *quiénes nos habíamos convertido* durante el proceso.

Lo importante es esforzarse, aprender y hacer lo mejor para desarrollar tu fuerza personal y ser capaz de comprar esa gran casa, así como descubrir a la persona en que te transformas durante el proceso.

“La gente que tiene sueños modestos”, me decía mi padre rico, “continúa viviendo como gente pequeña”.

Todo mundo tiene sueños, pero no todo mundo

sueña de la misma manera. Mi padre rico me enseñó que hay cinco tipos de soñadores:

- Quienes sueñan en el pasado.
- Quienes sólo tienen sueños pequeños.
- Quienes alcanzan un sueño y continúan viviendo aburridos.
- Quienes tienen sueños grandes, pero no cuentan con un plan para alcanzarlos y, por eso, terminan con nada.
- Quienes sueñan en grande, alcanzan sus sueños, ¡y crean sueños aún mayores!

QUIENES SUEÑAN EN EL PASADO

Son las personas que consideran que sus grandes logros están atrás. Te contarán historias de sus días en la universidad o el ejército; te hablarán de sus días de futbol universitario o de la vida que tuvieron al crecer en una granja. Pero si tratas de hablar con ellos acerca del futuro, lo más seguro es que sólo sacudan la cabeza y digan: “Ah, el

mundo se fue al diablo."

Si los sueños de una persona están en el pasado, entonces su vida se acabó. Tal vez no esté muerta, pero no estará del todo viva. Para que recupere la existencia, es necesario que aprenda a soñar en el presente.

QUIENES SÓLO TIENEN SUEÑS PEQUEÑOS

Algunas personas se limitan a sí mismas por medio de sueños pequeños porque ésa es la única manera en que sienten confianza en que los alcanzarán. Lo más irónico es que, aunque sepan que pueden cumplir sus sueños, por lo general no lo hacen. ¿Por qué? ¡Quién sabe! Tal vez porque saben que si los lograran, entonces ya no les quedaría nada por qué vivir, a menos de que, entonces, se desafiaran a sí mismas a crear sueños más grandes.

En otras palabras, prefieren vivir en pequeño, que enfrentar los riesgos y la emoción de vivir en

grande. Más adelante en la vida, los escucharás decir: "Sabes, debí haberlo hecho hace años, pero nunca se dio la oportunidad."

En una ocasión le pregunté a un hombre que acababa de conocer: "Si tuvieras todo el dinero del mundo, ¿a dónde viajarías?"

Me contestó: "Viajaría a California para visitar a mi hermana. No la he visto en catorce años, y me encantaría encontrarme con ella, sobre todo, antes de que los niños sigan creciendo. Ésas serían mis vacaciones soñadas."

En ese tiempo, el viaje le habría costado unos 500 dólares. Se lo hice notar y le pregunté por qué no había viajado. Entonces me dijo: "Oh, sí lo voy a hacer, es sólo que estoy demasiado ocupado ahora." Dicho de otra forma, aquellas eran unas "vacaciones soñadas" en las que él prefería seguir soñando, en lugar de levantarse y tomarlas.

Mi padre rico me dijo que, con frecuencia, este tipo de soñadores son los más peligrosos.

"Viven como tortugas", me explicó, "agazapados en sus silenciosas y acolchonadas

habitaciones. Si tocas en su caparazón y te asomas, podrían sacar la cabeza con rapidez y morderte."

La lección es: deja que las tortugas soñadoras sigan haciendo lo suyo. La mayoría no irá a ningún lado, y eso parece estar bien para ellas.

QUIENES ALCANZAN UN SUEÑO Y CONTINÚAN VIVIENDO ABURRIDOS

En una ocasión, un amigo me dijo: "Hace veinte años soñaba en convertirme en doctor, así que lo hice. Y disfruto de ser doctor, pero ahora estoy aburrido con la vida. Creo que me hace falta algo."

Por lo general, el aburrimiento es señal de que ha llegado el momento de tener un sueño nuevo. Mi padre rico me dijo: "Hay muchas personas que trabajan en las profesiones que soñaron en la preparatoria. El problema es que salieron de la preparatoria hace muchos años, y ya es hora de una nueva aventura."

QUIENES TIENEN SUEÑOS GRANDES, PERO NO CUENTAN CON UN PLAN PARA ALCANZARLOS Y, POR ESO, TERMINAN CON NADA

Creo que todos conocemos a alguien en esta categoría. Estas personas dicen: “Acabo de tener una gran idea. Déjame contarte mi nuevo plan.” O: “En esta ocasión, todo será diferente.” O: “Voy a darle vuelta a la hoja.” O: “Voy a trabajar con más ahínco, pagar mis deudas e invertir.” O: “Acabo de escuchar sobre una nueva empresa que llegó a la ciudad, y que busca a alguien con mi perfil. Ésta podría ser mi gran oportunidad.”

Mi padre rico solía decir: “La gente así casi siempre trata de lograr muchas cosas, pero trata de hacerlo por sí misma. Muy pocas personas alcanzan sus sueños trabajando solas. Estas personas deberían continuar soñando en grande, hacer un plan y, luego, encontrar al equipo que les ayudará a lograr todo lo que desean.”

QUIENES SUEÑAN EN GRANDE, ALCANZAN SUS SUEÑOS, ¡Y CREAN SUEÑOS AÚN MAYORES!

Creo que casi a todos nos gustaría ser este tipo de persona. A mí sí. ¿Tú qué opinas?

Mi padre rico lo decía de la siguiente manera: "La gente grande tiene sueños grandes, y la gente pequeña tiene sueños pequeños. Si quieres cambiar quién eres, tienes que empezar por cambiar el tamaño de tus sueños."

Como sabes, yo he llegado a estar en quiebra total, a vivir con mi esposa en un auto. Sé lo que es. Pero también sé que *estar en quiebra* es una situación temporal. Ser pobre es muy distinto. Ser pobre es un estado mental. Puedes estar en quiebra pero ser rico en ambición, en valor y en determinación. Soñar en grande no cuesta nada, y soñar *inmensamente* no cuesta ni un centavo más. No importa cuán quebrado estés, la única manera en que se llega a ser pobre es renunciando a los sueños.

Una de las características más increíbles del estilo de vida en las redes de mercadeo es que no tienes que enmarcar tus sueños como si se tratara de algo que sólo podrás lograr después de cuarenta años o solamente durante algunas cuantas semanas del calendario o los domingos por la tarde. Al comenzar a construir tu negocio de redes de mercadeo, comienzas a vivir tus sueños de inmediato, aunque sea de una forma muy sencilla al principio.

Se trata de realizar un cambio en la forma de pensar, y de pasar del "no puedo" al "sí puedo"; de estar a merced de las circunstancias a tomar el control de tu vida; de ser un esclavo a ser libre.

En la conclusión de *Walden*, la meditación que escribió Thoreau sobre la vida llevada con autodeterminación, el autor escribió:

> Con mi experimento aprendí al menos que si uno avanza confiado en la dirección de sus ensueños y acomete la vida que se ha imaginado para sí, hallará un éxito inesperado en sus horas

comunes.

Yo no pude decirlo mejor.

17

Un negocio en el que las mujeres sobresalgan con excelencia

por Kim Kiyosaki

Para este momento ya me escuchaste referirme en varias ocasiones a Kim, mi esposa. Leíste sobre cómo nos conocimos y la forma en que la cortejé; sobre nuestros problemas al principio, nuestros objetivos y estrategias, y sobre la forma en que ha sido nuestra vida juntos. Pensé que antes de cerrar esta parte del libro, tenía que hacer un espacio para que tuvieras la oportunidad de escucharla. R. K.

Robert ya te habló bastante sobre las redes de mercadeo y las muchas formas en que este negocio puede generar un considerable valor para ti. Pero yo quiero decirte algo más: éste es un negocio muy poderoso para las mujeres.

Si observas las estadísticas del perfil básico de la comunidad de las redes de mercadeo, una de las primeras y más importantes características que notarás será que *hay cuatro veces más mujeres que hombres*.

Me escuchaste bien. De acuerdo con la Asociación de Ventas Directas, de los quince millones de personas en los Estados Unidos que están involucradas en redes de mercadeo, cerca de 88 por ciento son mujeres. Y aunque las estadísticas no ofrecen un desglose por género de los más de sesenta y dos millones de personas que están en el negocio en todo el mundo, las proporciones a una escala global son, probablemente, muy parecidas a las de los Estados Unidos.

La relación de apoyo, entrenamiento y motivación que tiene una patrocinadora de redes de mercadeo con su red de aprendices es el tipo de relación e interacción en que las mujeres sobresalen.

¿Por qué? Desde la perspectiva histórica, la

razón sería que muchos hogares iniciaron sus negocios de redes de mercadeo como intentos de medio tiempo, y en las familias en que el hombre era el principal proveedor, eso significaba que la mujer era quien se tenía que dedicar al negocio de medio tiempo realizado en casa.

Un factor paralelo sería que se trata de un negocio que se hace en casa, y eso implica que construir un negocio de mercadeo de redes es una actividad compatible, de una manera muy particular, con las exigencias de criar a una familia.

Sin embargo, yo opino que esto va más allá de las circunstancias prácticas e históricas.

Las redes de mercadeo son, en el fondo, un negocio de *relaciones*. Como ya lo explicó Robert, no se trata de un negocio que tiene que ver con ventas; esto tiene que ver con establecer *conexiones*. Se trata de crear vínculos, de entrenar, enseñar y ser mentor. El trabajo cotidiano que se requiere para construir una red no es tanto como delinear un territorio de ventas, sino

como construir una comunidad.

La relación de apoyo, entrenamiento y motivación que tiene una patrocinadora de redes de mercadeo con su red de aprendices, es el tipo de relación e interacción en que las mujeres sobresalen.

Naturalmente, nada de lo anterior significa que los hombres no puedan tener éxito en las redes de mercadeo. Hay millones de hombres que lo demuestran día con día. Sin embargo, sí se trata de un negocio en el que las mujeres sobresalen.

LO QUE NECESITAN LAS MUJERES

Y eso es muy bueno también porque las mujeres de la actualidad realmente necesitan aprender a crear su propia riqueza.

Hace algunos años se acercó a mí una joven periodista y dijo, con mucha vehemencia: "Tenemos que hacerles saber a las mujeres que tienen que hacerse cargo de su dinero, ¡ya no pueden depender de que alguien más lo haga por

ellas!”

Al hablar un poco más con ella descubrí de dónde provenía su pasión. Resulta que su madre de 54 años se había mudado poco tiempo antes con ella, después de atravesar un divorcio que la dejó prácticamente en la calle. La periodista se mantenía a sí misma y a su madre también.

Eso fue más que una llamada de atención para ella, pero lo que en verdad la sacudió fue revisar sus finanzas personales y ver con qué recursos contaba para sostener a ambas. Descubrió que si por alguna razón su constante cheque de nómina dejara de llegar, sólo contaba con siete mil dólares para subsistir.

Para un hogar de dos personas siete mil dólares no es gran cosa. Ella y su madre estaban a muy poco de la pobreza, e incluso, de quedarse sin techo. ¡Con razón estaba tan interesada en el tema de las mujeres y el control que debían ejercer sobre su situación económica!

Por suerte, yo no estoy en la misma posición que aquella joven. Robert y yo somos libres en el

aspecto financiero, y lo seguiremos siendo por el resto de nuestras vidas sin importar lo que suceda con la economía.

Aunque yo no tengo la cuchilla colgando sobre mi cuello, también estoy tan interesada en el tema como aquella periodista, y creo que las mujeres deben establecer su propia independencia económica.

Los “cómos” de la redes de mercadeo son iguales para los hombres y las mujeres. Sin embargo, *las razones* que impulsan a las mujeres a construir sus negocios de redes de mercadeo, muy a menudo, son distintas a las de ellos.

Sabemos que llevamos vidas muy distintas a las de nuestras madres, pero te sorprendería saber cuánto. Te presento seis razones por las que las mujeres necesitan entrar a este juego llamado “construcción de riqueza”.

1) Las estadísticas

Las estadísticas sobre las mujeres son alarmantes.

Las siguientes son estadísticas de los Estados Unidos, sin embargo, para otros países del mundo, las cifras son muy similares o tienen tendencias que apuntan hacia la misma dirección.

En los Estados Unidos:

- 47 por ciento de las mujeres de más de 50 años son solteras; es decir, son responsables de sí mismas en el aspecto financiero.
- El ingreso de jubilación de las mujeres es menor al de los hombres porque, como principal encargada del cuidado del hogar, está alejada de la fuerza de trabajo en un promedio de 14.7 años, en comparación con 1.6 de los hombres. A este hecho se le debe añadir que los salarios para las mujeres continúan siendo más bajos, y que las prestaciones de jubilación son apenas un cuarto de las que reciben los hombres (*National Center for Women and Retirement Research, NCWRR*).
- La expectativa de vida de las mujeres es entre siete y diez años más larga que la de los

hombres (*Ann Letteeresee, 12 de junio de 2000*), lo que significa que deben proveer para sí mismas en esos años. No obstante, las mujeres casadas que son *baby-boomers* pueden vivir, en promedio, hasta quince o veinte años más que sus esposos.

- De los ancianos que viven en pobreza, tres de cada cuatro son mujeres (*Morningstar Fund Investor*).
- Aproximadamente siete de cada diez mujeres vivirán en pobreza en algún momento de su vida.

¿Qué es lo que nos dicen estas cifras? Que hay muchísimas mujeres que no están preparadas para cuidar de sí mismas en el aspecto financiero, en particular, conforme envejecen. Hemos pasado nuestra vida cuidando de la familia, pero no podemos cuidar de nosotras mismas en este aspecto de vital importancia.

2) EVITAR LA DEPENDENCIA

Uno no se casa esperando divorciarse. No se empieza en un empleo nuevo esperando ser despedido. Pero sucede, y en la actualidad, con más y más frecuencia.

Mujeres, si su futuro financiero depende de su marido, jefe o de cualquier otra persona, piénsenlo dos veces. Porque tal vez ellos no estén ahí después. Con frecuencia, ni siquiera notamos lo dependientes que somos, hasta que nos enfrentamos a la llamada de atención personal.

3) NO HAY TECHO DE CRISTAL

Además de los desafíos que enfrenta el empleado de una corporación en el mundo, tras los sucesos de 2009, las mujeres tienen que enfrentarse a un inmenso obstáculo adicional: el terrible “techo de cristal”.

Sí, es verdad, incluso en la actualidad, debido a nuestro género, las mujeres sólo podemos ascender hasta cierto punto en el escalafón corporativo. ¿Y para las mujeres de 50 años o más

que intentan reintegrarse al laboral en una empresa? Ni siquiera te gustaría saberlo.

En el mundo de las redes de mercadeo, la mera idea de un techo de cristal para las mujeres es ridícula. A tu compañía de redes de mercadeo no le importa si eres mujer u hombre, blanco o negro, graduado de la universidad o expulsado de la preparatoria. A la empresa sólo le importa la diligencia y eficiencia con que construyas tu red. Y cómo ya lo señalé, hay cuatro veces más mujeres que hombres, haciendo exactamente eso.

La clave está en tus habilidades, educación y experiencia. En el mundo de las redes de mercadeo no hay límites ni techos; no hay cristal ni otro material para detener a las mujeres.

4) NO HAY LÍMITES PARA EL INGRESO

Debido al techo de cristal y a la siempre presente desigualdad entre los hombres y las mujeres en el mercado de trabajo, a una mujer normalmente se le limita en cuanto a la cantidad de ingreso que puede

generar. Los estudios demuestran que, mujeres con la misma educación y experiencia que sus contrapartes masculinas, reciben cerca de setenta y cuatro centavos por cada dólar que ellos ganan.

El negocio de redes de mercadeo, por otra parte, es *totalmente expandible*. En este ámbito, sin importar el género, el tamaño del flujo de ingreso que puedes generar al construir tu red, no tiene límite.

5) DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA

En lo personal, creo que éste es uno de los mayores beneficios y recompensas de un negocio de redes de mercadeo, así como una de las razones más fuertes para que las mujeres se involucren. No es raro que la autoestima de una mujer esté directamente vinculada con su habilidad para proveer para sí misma. Depender de alguien en el aspecto financiero puede conducir a una noción reducida del valor de una misma. La mujer se ve obligada a hacer cosas que, de ser otra su

situación económica, tal vez no haría.

Yo he podido ver la manera en que se eleva la autoestima de una mujer cuando aprende a ver por sí misma en el aspecto económico. Y cuando la autoestima de una mujer aumenta, sus relaciones también tienden a mejorar. Una autoestima elevada conduce a más éxito, lo cual, finalmente, conduce al mayor regalo de todos: la libertad.

6) Control de tu tiempo

En lo que se refiere a dedicarle energía a construir riqueza genuina, uno de los mayores impedimentos que tienen las mujeres —mucho más que los hombres— es el *tiempo*. Esto aplica en particular para las madres que pasan muchas horas cuidando a sus niños. He escuchado a muchas mujeres decir: "En cuanto llego del trabajo tengo que preparar la cena, ayudar a mis hijos con su tarea y lavar los trastes. Para cuando todo mundo ya está en la cama y por fin tengo un momento para mí, ¡estoy agotada!"

Como comerciante de redes, tú tienes el control de tu tiempo. Este negocio es algo que puedes hacer de medio tiempo o de tiempo completo. Es algo que puedes realizar desde casa, en el teléfono o la computadora, en las tardes o los fines de semana, en cualquier lugar y a cualquier hora. Es un negocio que puede viajar contigo; al que puedes guardar en tu bolsillo, y en el que puedes irte involucrando una media hora más, conforme vayas creciendo. Todo depende de lo que tu agenda y circunstancias marquen.

La construcción de la riqueza es una necesidad

Las seis razones anteriores respaldan por qué las mujeres necesitan tan imperiosamente aprender a crear su propia riqueza. Las estadísticas prueban lo mucho que han cambiado los tiempos para las mujeres, y enfatizan el hecho de que la educación financiera en la vida ya no es un lujo sino una necesidad. Que tu futuro dependa de alguien más

es como tirar un par de dados. Al final podría haber una recompensa, o podrías perderlo todo: el riesgo es demasiado grande.

Las mujeres han luchado por muchísimo tiempo contra los techos de cristal y los límites al ingreso. Pero estos dos problemas no forman parte de las redes de mercadeo y, además, los dos más importantes regalos posibles también pueden ser tuyos si participas en este negocio: un sentido mayor de autoestima y tiempo para usarlo como quieras.

A pesar de todas las razones que ya te di, no puedo saber qué es lo que más te atrae porque no eres la "mujer promedio", eres tú. Y por eso, la única que puede decir cuál es la razón más importante para construir tu propio negocio de redes de mercadeo eres tú.

CREA TU PROPIA RIQUEZA… Y DIVIÉRTETE MIENTRAS LO HACES

Sin importar cuál es tu razón más importante, algo

que también debes recordar al iniciar tu negocio de redes de mercadeo es que *tienes que divertirte*.

Sí, es genial pensar que puedes ganar cien, mil e, incluso, diez mil dólares adicionales al mes, y que puedes tener el control de tu tiempo y evitar depender de alguien más, pero si no te diviertes, todo eso te puede conducir con rapidez a la misma rutina en la que muchos se encuentran en el mundo corporativo. Dicho llanamente, tienes que apasionarte por lo que haces porque, de otra manera, tu falta de entusiasmo se reflejará en tu cuenta bancaria.

Por eso creo que los negocios *party plan* —un tipo de negocio de redes de mercadeo que está basado en eventos y fiestas realizados en los hogares de los promotores— son ideales para las mujeres que desean iniciar su propio negocio. El modelo *party plan* ofrece la oportunidad perfecta para pasar tiempo con la familia y los amigos en la comodidad de tu propia casa, al mismo tiempo que formas una red social que te permitirá construir riqueza. Además, las reuniones son muy

divertidas.

Un hecho interesante sobre el sector dedicado a los negocios *party plan* es que, en tiempos turbulentos, a este modelo le sigue yendo bien. De hecho, ésta es una de las razones por las que la industria de las redes de mercadeo es una fuerza importante con la que siempre se puede contar. Empresas como Vorwerk (Jafra Cosmetics), Mary Kay, Tupperware, Scentsy, Partylite, Stampin' Up, Jewels by Park Lane, the Longaberger Company, y Southern Living at Home, están entre las 64 empresas de venta directa con ingresos globales anuales por ventas al mayoreo, de cien millones de dólares o más.

De acuerdo con un reporte de septiembre de 2009 de Direct Selling News, Tastefully Simple, una empresa del modelo *party plan* que ofrece productos de especialidades alimenticias vio aumentar sus ventas en un 5 por ciento en 2008, a pesar de la recesión. La empresa Pampered Chef (adquirida por el multimillonario Warren Buffett en 2002) tuvo un incremento del 5 por ciento en

reclutamiento, en el mismo período.

¿Cuál es el mensaje? Las empresas del modelo *party plan* le ofrecen una oportunidad de bajo riesgo y altas recompensas a cualquier mujer que busque hacerse cargo de su futuro financiero. Yo lo recomiendo particularmente para las madres que están en casa y que desean unirse a las filas de las nuevas mujeres trabajadoras y empresarias que quieren complementar su cheque de nómina; a estudiantes universitarias que quieran ganar algunos dólares adicionales, en fin, a cualquier mujer que se quiera dar la oportunidad a sí misma de generar riqueza… y divertirse mientras lo hace.

SABER LO QUE IMPORTA

En nuestra primera cita, Robert me preguntó qué quería hacer con mi vida. Le dije que quería tener mi propio negocio algún día. Entonces me dijo: "Yo puedo ayudarte con eso." En un mes, ya teníamos un negocio juntos.

Pero Robert también me habló de proyectos más

ambiciosos y de espiritualidad; y me preguntó cuál era mi proyecto en la vida. Eso fue en los ochenta, cuando la gente era adicta al trabajo y se sentía muy orgullosa de ello. Para los noventa, la gente empezó a observar su vida con mayor cuidado y a hacerse algunas preguntas más profundas. Sin embargo, no fue sino hasta el 9/11 que muchas personas comenzaron a decir: "¡Hey, espera un minuto! ¿Por qué estoy corriendo como hámster en su rueda? ¿Qué estoy haciendo con mi vida? ¿A dónde se dirige?"

Yo he escuchado a las mujeres decir todo el tiempo que están demasiado ocupadas para involucrarse en un negocio en casa y de medio tiempo. Pero yo les respondo: "Ésta es la clave para hacer que tu negocio sea exitoso. Tienes que contemplar tu vida, verla de verdad y preguntarte: '¿Qué es eso tan significativo que resulta imprescindible para mi vida?'"

¿Qué es eso tan importante para ti que te hará conseguir el tiempo necesario e invertir tu esfuerzo para construir un negocio que genere su propio

ingreso, y luego usar ese ingreso para construir riqueza que sirva para cuidar de ti misma por el resto de tu vida? Porque si no lo puedes identificar, entonces todo lo demás no sucederá.

La libertad es distinta para todos; también el éxito. Es algo muy personal y así *debe* mantenerse. Los números son abstractos, ya sea cinco mil dólares o un millón; realmente las cifras no son nada hasta que no les asignas el significado que tienen para tu propia vida. Al principio de nuestro matrimonio, Robert y yo estábamos muy comprometidos a estar en el negocio solos y no dejar que otras personas nos dijeran qué hacer; queríamos asumir el control de nuestro destino financiero. Eso era tan importante para nosotros, que estuvimos dispuestos a soportar prácticamente cualquier incomodidad para lograrlo.

Y nos tomó años, en serio, casi diez.

A veces, la presión de no tener ingresos era enorme. Todos nuestros amigos nos decían que estábamos locos, que debíamos conseguir empleos comunes con un cheque de nómina constante, pero

eso era precisamente a lo que no queríamos volver.

Finalmente, decidimos que teníamos que hacer algo, por lo que Robert comenzó a dar algunos cursos. Yo fui a ver a una amiga que tenía una línea de ropa y le pedí que me dejara vender sus productos. Luego fui a salones de belleza para establecer unas mini-boutiques. No había cheque de nómina ni garantías, sólo comisiones por ventas, y para ser honesta, realmente yo ganaba muy poco con eso. Pero al menos me ayudó a salir y comenzar a hacer algo.

Aprendí que ésa es la esencia de ser empresario: *salir y hacer que las cosas sucedan*. Y la única forma que hay de hacerlo es que sepas lo que realmente es importante para ti, y que comprendas que la única manera de obtenerlo será si tú misma lo creas.

TERCERA PARTE

Tu futuro comienza ahora

Lo que se necesita para comenzar tu exitoso negocio de redes de mercadeo

18

Elige sabiamente

Así que decidiste comenzar tu propio negocio de redes de mercadeo. ¡Felicidades! Ahora debes hacer una elección. Hay miles de compañías de

redes de mercadeo en funcionamiento. ¿A cuál te vas a unir? ¿Y cómo vas a elegir?

Con mucha frecuencia, los nuevos participantes eligen por inercia y sólo firman con la primera compañía que aparezca. Ahora bien, puede ser que la primera compañía de la que escuches sea una gran empresa y una excelente opción para ti. Pero recuerda que se trata de una decisión que debe ser informada y tomada con cautela porque estamos hablando de tu futuro.

¿Entonces cómo elegir? ¿Qué criterios debes usar para tomar la decisión?

"Nuestra empresa tiene el mejor plan de compensación. ¡Puedes hacer una importante cantidad de dinero!"

El comentario anterior lo escuché en varias ocasiones cuando empecé a investigar las diferentes empresas de redes de mercadeo. La gente, ansiosa por mostrarme su oportunidad de negocio, me contaba historias acerca de personas que hacían cientos de miles de dólares al mes con sus redes. Como yo he conocido a gente que

realmente hace cientos de miles de dólares al mes con su negocio de redes de mercadeo, no dudo ni por un minuto del potencial que tiene para las ganancias masivas.

No obstante, no recomiendo buscar una empresa de redes de mercadeo principalmente por el dinero.

"Tenemos los mejores productos. Son de primera calidad, ¡y han cambiado la vida de mucha gente!"

También he escuchado mucho esto. Los grandes beneficios de los productos fueron tal vez la segunda razón de importancia que la gente mencionó para unirse, y el dinero, la número uno. Reitero que creí lo que me dijeron. Aunque sí escuché mucha exageración en algunos casos, también encontré productos verdaderamente buenos que, incluso, continúo usando hasta la fecha. De hecho, los productos de calidad excepcional suelen ser uno de los rasgos de mayor importancia de las empresas de redes de mercadeo.

Pero los productos no son el mayor beneficio. Déjame repetirlo:

Al elegir una compañía para unirse, el producto no debe ser el criterio más importante.

Insisto en lo anterior porque la mayoría de la gente da por hecho que el producto es fundamental. Pero no es así. Recuerda que no estás aceptando un empleo de vendedor: vas a entrar al negocio por ti mismo, y el negocio en el que estás depende de la *construcción de redes*. Y cuando empiezas a estudiar las distintas empresas, la pregunta que debes hacerte constantemente es: "¿Esta empresa me ayudará a aprender a ser un constructor de redes extraordinario?"

La principal razón por la que recomiendo las redes de mercadeo es por sus sistemas de desarrollo personal y educación de negocios en el mundo real.

Los sistemas de redes de mercadeo se establecen con el objetivo de que cualquier persona pueda disfrutar de la riqueza. Está abierto para quien tenga energía, determinación y perseverancia. A este tipo de negocios no les interesa tu apellido o a cuál universidad asististe (o si siquiera te inscribiste), ni cuánto dinero ganas hoy en día, ni tu raza o sexo; ni cuán bien luces, ni cuán popular e inteligente eres.

Lo que le importa a la mayoría de las empresas de redes de mercadeo es cuánto estás dispuesto a aprender, a cambiar y crecer; o si tienes lo que se necesita para apegarte a ella en las buenas y en las malas mientras aprendes a ser propietario de un negocio.

¿Sucede esto con absolutamente todas las empresas de redes de mercadeo que hay? No. Como en todo, hay buenas, malas y feas. Pero también existen las que son grandiosas en verdad.

No todas las empresas apoyan la educación. Hay algunas que sólo tienen prisa. Quieren que salgas y vendas por ellas, pero realmente no están

interesadas en enseñarte nada. Sólo quieren que invites a tus amigos y familiares al negocio. Si llegas a encontrar empresas de este tipo, yo te advertiría que no te involucraras porque no van a contribuir a tu crecimiento y, además, tal vez no duren mucho.

Las mejores compañías estarán totalmente dedicadas a tu educación de negocios. Están comprometidas a largo plazo y le dan prioridad a desarrollar tus habilidades. Si encuentras una empresa así, con líderes que estén por encima de ti, pero dispuestos a entrenarte y ayudarte a ser la persona de negocios que puedes llegar a ser, entonces quédate con ella.

¿Es importante el plan de compensaciones? Naturalmente. ¿La calidad de la línea de productos es fundamental? Por supuesto. Pero más allá de estos elementos, en lo que de verdad me fijo es en la manera en que la empresa se dedica a desarrollarte como un sólido individuo del cuadrante D, como una persona dedicada a los negocios y a construir riqueza de manera genuina.

Eso es lo más importante de la empresa de redes de mercadeo a la que te afilies: que sea tu escuela de negocios.

Si te agrada lo que escuchas en la presentación inicial,
tómate algo de tiempo para conocer a la gente que se
encarga de la educación y el entrenamiento.

Invierte tiempo para ver más allá de la compensación y los productos, y de verdad asómate al corazón de la empresa. ¿Realmente está interesada en entrenarte y educarte? Hacer esto te tomará más tiempo que los treinta minutos que dediques a escuchar el plan de ventas, ver la presentación a color en un sitio de Internet y enterarte de la cantidad de dinero que la gente está haciendo en esa empresa. Para averiguar cuán buena es la educación de una empresa, tal vez tengas que levantarte del sofá e investigar acerca

del entrenamiento, seminarios educativos y eventos.

Si te agrada lo que escuchas en la presentación inicial, tómate algo de tiempo para conocer a la gente que se encarga de la educación y el entrenamiento.

Investiga con detenimiento, porque muchas empresas de redes de mercado dicen tener planes educativos extraordinarios, pero no siempre es verdad. En algunas de las empresas que analicé, el único entrenamiento que daban consistía en entregarte una lista de lecturas recomendadas. Luego se enfocaban en entrenarte para que reclutaras a familiares y amigos.

Así que tómate tu tiempo y analiza bien las opciones porque *hay* bastantes empresas de redes de mercadeo que tienen excelentes planes educativos y de entrenamiento. De hecho, su educación es el mejor entrenamiento de negocios en la vida real que he visto.

Éstas son algunas preguntas que deberás formularte sobre cada empresa de redes de

mercadeo:

- ¿Quién dirige el barco?
- ¿La empresa ofrece un plan de acción probado?
- ¿A la compañía le interesa que tanto las habilidades de negocios como el desarrollo personal sean parte regular de sus programas educativos y de entrenamiento?
- ¿La empresa tiene una línea de productos fuerte, de alta calidad y altamente comerciable que te pueda llegar a apasionar?

¿Quién dirige el barco?

Muy a menudo, la gente sin experiencia que se acerca a un nuevo negocio y tiene la perspectiva de los cuadrantes E o A, se fija en los productos y en el plan de pagos o de promociones, para juzgar la fuerza de la empresa. Yo me salto todo eso y voy directamente a lo más importante: la gente que controla el timón.

Con esto no quiero decir que el producto, el plan de compensaciones y todo lo demás, no sea importante. Pero no hay ninguna compañía perfecta y los problemas siempre surgen. Si el barco lo dirige la persona correcta, entonces, cualquier cosa que salga mal, será atendida. Y de hecho, si el timón lo controla la persona adecuada, no habrá problema que no se pueda solucionar. No obstante, si se encuentra al mando alguien inadecuado, entonces, cuando los problemas lleguen a suceder, no habrá absolutamente nada que hacer al respecto.

No se puede juzgar un libro por la portada; así que mira más allá de los videos promocionales y los sitios de Internet. Fíjate en los directores. ¿Qué antecedentes tienen? ¿Cuál es su experiencia? ¿Cuáles son sus logros? ¿Cómo es su carácter? Aunque no los llegues a conocer en persona ni a trabajar directamente con los líderes, créeme que *ellos* son la gente con quien te estás asociando.

John: Me gustaría hablar del mito que algunos

promotores demasiado ansiosos, a veces, propagan: que para hacer “mucho dinero” tienes que “empezar con empresas muy, muy nuevas”. Eso no es verdad.

Robert: No sólo no es verdad, ¡es una verdadera estupidez! La mayoría de los inicios de negocio fracasan en el primer o segundo año, y eso incluye a las corporaciones de redes de mercadeo. ¿Por qué querrías arriesgar todo tu trabajo, tiempo y energía, invirtiendo en una empresa que no tiene trayectoria?

John: Hay varias empresas sólidas, viables y de muy alto nivel, que apenas tienen tres años, y también las hay con 30 años de antigüedad. Es verdad que ser parte de algo joven e incipiente puede ser emocionante y te puede vigorizar, pero también hay mucha solidez y credibilidad cuando uno se afilia a una empresa que lleva décadas en el negocio.

Sugiero ser muy cauteloso en lo que se refiere

a comprometerse con una empresa que apenas acaba de iniciar operaciones. Sin embargo, como en todo, también puede haber excepciones. Podrías encontrar una compañía nueva que, a pesar de estar empezando, ya tenga logros importantes que ameriten ser considerados con seriedad.

El punto aquí es que tienes que hacer la tarea: investiga todo lo que veas y a la gente con la que te vas a involucrar para hacer negocios.

No dejes que la gente te engañe y te diga que el truco está en unirse a una empresa nueva, a una de cinco años, o a una de 35. En realidad, no hay "truco" ni fórmula mágica. Lo que necesitas es una empresa que sepa lo que está haciendo y que te dé señales claras de que va a estar ahí a largo plazo.

¿LA EMPRESA OFRECE UN PLAN DE ACCIÓN PROBADO?

John: Las oportunidades más lucrativas y

viables en las redes de mercadeo no exigen que inventes la rueda. En realidad te ofrecen planes de acción que te ayudarán a alcanzar el éxito que deseas. Por ejemplo, tienen una guía de entrenamiento con actividades sugeridas para realizarse diariamente o una vez a la semana.

Algunas empresas les ofrecen a los patrocinadores, dueños de negocios, un sitio de Internet para ayudarles a entrenar prospectos o compartir productos y oportunidades. Las herramientas de presentación profesionales y de primera clase, como CD, DVD, podcasts y materiales impresos, se han convertido en los materiales típicos que se deben encontrar en el portafolio de herramientas de todo comerciante en redes.

¿A LA COMPAÑÍA LE INTERESA QUE TANTO LAS HABILIDADES DE NEGOCIOS COMO EL DESARROLLO

PERSONAL SEAN PARTE REGULAR DE SUS PROGRAMAS EDUCATIVOS Y DE ENTRENAMIENTO?

Ya dejé bastante claro que el entrenamiento y la educación que obtengas es el valor más importante de la experiencia en redes de mercadeo; incluso por encima del flujo de ingreso que estarás construyendo. Así que, asegúrate de que formen parte del sistema.

También es importante que tu empresa aprecie el valor del entrenamiento constante, tanto en habilidades de negocios, como en desarrollo del carácter y crecimiento personal. Los líderes de esta industria durante décadas han sabido que brindarles a sus equipos una dieta constante de buen material inspirador y educativo, tiene recompensas enormes. Antes se manejaban los libros y cintas de audio, pero en el siglo XXI, se usan los CD, DVD, podcasts, teleconferencias en vivo y *webinars*. Ah, y, por supuesto, los libros. ¡Los libros nunca pasan de moda!

John: Y también los eventos en vivo. Incluso en la era de Internet, hay algo muy fuerte en el hecho de estar presente físicamente en un evento; es algo que no se puede remplazar con ningún otro medio.

En nuestros días, el quehacer cotidiano de construir una red se lleva a cabo, por lo general, a través del teléfono y de Internet, pero al mismo nivel que se hace en persona. Sin embargo, vas a descubrir que las mejores empresas se enfocan mucho en sus eventos anuales, semestrales, trimestrales y/o mensuales. ¿Por qué? Por su valor educativo, de entrenamiento y de desarrollo personal.

Y por cierto, la empresa de redes de mercadeo no será la única que estará involucrada en tu entrenamiento y educación. Hay toda una jerarquía de personas —desde la que te reclutó directamente en el negocio (a la que usualmente se le llama "patrocinador"), pasando por todos los involucrados hasta llegar

a los mismísimos ejecutivos de la corporación) —, y *todas* ellas estarán muy interesadas en verte crecer, aprender y alcanzar el éxito.

Una de las mayores virtudes del sistema de redes de mercadeo es que está diseñado para ser precisamente lo contrario del ambiente corporativo en donde la competencia es excesiva, e incluso tu mejor amigo tal vez tenga que pasar por encima de ti para llegar al siguiente escalón.

En las redes de mercadeo, ese tipo de competición inclemente no existe por la sencilla razón de que el éxito de tu patrocinador y de todas las personas que están por encima de ti depende de que triunfes. Es natural que la gente que se beneficia con tu crecimiento, ¡*desee* que prosperes!

¿LA EMPRESA TIENE UNA LÍNEA DE PRODUCTOS FUERTE, DE ALTA CALIDAD Y ALTAMENTE

COMERCIABLE QUE TE PUEDA APASIONAR?

Incluso si no es el criterio principal, la oferta del producto es muy importante. ¿Por qué? Por una sola razón: *el rumor*.

Usualmente, las empresas de redes de mercadeo no hacen mucha publicidad en medios masivos. No vas a encontrar anuncios de sus productos en los espectaculares ni en televisión. ¿Por qué no? Porque estas empresas utilizan un modelo de promoción completamente distinto. En lugar de utilizar sus presupuestos para publicidad, en costosos medios masivos, lo usan para ayudarte a ti.

> **John**: El elemento vital de una red en crecimiento es la recomendación de boca en boca; es decir, la que le hace una persona a otra respecto a un producto o servicio, y a la oportunidad que hay de que se vuelva parte del equipo.

Debido a lo anterior, los productos y servicios a los que, por lo general, les va muy bien en el modelo de redes de mercadeo, son aquellos que emocionan a la gente, que tienen una historia interesante como respaldo, que cuentan con algún elemento de intriga o historia original; que le ofrecen al usuario beneficios fuera de lo común, o que son originales e innovadores. En resumen, les va mejor a los productos que pueden narrar una historia original.

En resumen: *el rumor*.

Ahora bien, no me malinterpretes. No estoy hablando de fanfarrias publicitarias, sino de atributos y cualidades genuinas. Tu producto tiene que ser legítimo.

Dicho lo anterior, es importante que recuerdes que no existe "el mejor producto". Hay espacio para miles de productos y servicios de calidad. Hasta cierto punto, elegir un gran producto es una cuestión muy subjetiva. Algunas personas tienen

una afinidad muy marcada con los productos para el cuidado de la piel, de nutrición o de tecnología.

El mercado para tu producto ¿es fuerte? ¿El producto resultará atractivo para mucha gente? ¿El precio es competitivo?

¿Tú de verdad crees en el valor del producto? ¿Lo usarías personalmente? ¿El producto tiene una gran historia detrás de sí? Si sientes verdadera pasión por el producto que compartes con otros, es más sencillo que logres contagiar tu entusiasmo.

19

Lo que se requiere

Entonces, ¿qué se requiere para construir tu propio negocio de red de mercadeo y tener éxito? Primeramente, veamos *lo que no se necesita*.

NO NECESITAS UNA MAESTRÍA NI ANTECEDENTES IMPRESIONANTES EN EL ÁMBITO DE LOS NEGOCIOS

Recuerda la palabra *duplicable*. Las estrategias que mejor funcionan en las redes de mercadeo son aquellas que se pueden duplicar mejor. Las redes hacen para el modelo de negocio del cuadrante D, lo mismo que Henry Ford hizo por la industria automotriz: reducir el proceso a componentes que se podían producir en masa.

> **John**: Un negocio exitoso de redes de mercadeo no es una obra maestra hecha a mano por un artesano sumamente talentoso. Es más bien una sinfonía de sencillez realizada por cientos de miles de seres humanos.

NO TIENES QUE SER "GRANDIOSO EN VENTAS"

Una vez más, repito que entre los grandes mitos propagados entre la gente que, de hecho, no forma parte de los negocios de redes de mercadeo, es el de que tienes que ser un “vendedor nato” para tener éxito en este ámbito.

No hay nada más falso que eso. De hecho, apegarse a esa noción te terminará haciendo daño en este negocio. ¿Por qué? Porque los “grandes vendedores” no se pueden duplicar a sí mismos.

John: Recuerda que la esencia de este negocio no son las ventas, sino la enseñanza, la formación de equipos y el liderazgo en los negocios. Tu labor no consiste en vender mucho de un producto, y ni siquiera es enseñarle a mucha gente a venderlo. Tu trabajo consiste en guiar, entrenar y edificar gente. Eso es lo que se requiere para construir una red.

Robert: El punto no es *llevar a cabo la venta*, sino *construir la red*.

John: Precisamente.

¡NO TIENES QUE DEJAR TU EMPLEO!

De hecho, es preferible que no renuncies a tu empleo de tiempo completo, al principio. Porque construir un negocio de redes no es como empezar en un trabajo nuevo en el que empiezas a recibir un cheque de nómina en cuanto te presentas a trabajar. Esto va a tomar tiempo, así que ten paciencia.

John: Y no sólo por razones financieras. Incluso si pudieras darte el lujo de renunciar a tu empleo, muchos trabajadores de las redes descubren que, una vez que su negocio empieza a funcionar, vale la pena estar conectado con los compañeros de trabajo porque estos se pueden convertir en socios, o te pueden recomendar a otras personas.

La gran mayoría de los comerciantes en redes construye su negocio en su tiempo libre. La

Encuesta Nacional de la Fuerza de Trabajo, realizada en 2008 por la Asociación de Ventas Directas, muestra que sólo uno de cada ocho comerciantes en redes trabajó veinticuatro horas, o más, a la semana, en su negocio.

NO TIENES QUE SER RICO NI SOLICITAR UNA SEGUNDA HIPOTECA SOBRE TU CASA

Casi todos los negocios de redes de mercadeo requieren menos de 500 dólares en verdaderos costos de inicio que se tienen que pagar con dinero de tu bolsillo. Pero no te confundas: lo que ahorras en capital, tendrás que remplazarlo con sudor, esfuerzo y pasión. La mayor inversión que se hace en los negocios personales es la de *uno mismo*, en forma de tiempo, enfoque y persistencia. Pero definitivamente no necesitas una pila de dinero para comenzar.

John: Pero, claro, el hecho de que la inversión

de capital sea baja no significa que no exista. Éste es un negocio y tienes que manejarlo como tal. Y eso significa que siempre tendrás gastos mensuales de operación.

Por lo general, tu presupuesto mensual será bastante modesto e incluirá: un suministro mensual de muestras del producto y el costo de las herramientas de contacto y presentación, como las que se mencionaron anteriormente (CD, DVD, sitios de Internet, etc.); asimismo, necesitarás constantemente materiales para el desarrollo personal y del negocio.

Así que no, no requieres de una gran suma para empezar, *pero sí* un presupuesto para costear algunos gastos razonables mes a mes.

NO NECESITAS SER UN EXPERTO DE LAS NEGOCIACIONES, NI UN GENIO CON LAS MATEMÁTICAS

Lo que se requiere es un deseo ardiente y

determinación; así como una fuerte dosis de pasión para motivarte.

Mi amigo Donald Trump suele decir: "Tienes que amar lo que haces", "sin pasión, es muy difícil alcanzar el éxito. Si eres empresario pero no te apasiona lo que haces, pasarás momentos muy difíciles".

Éstas son algunas de las cosas que *no* se requieren para construir un negocio exitoso de redes de mercadeo. Ahora vamos a ver lo que *sí* se necesita.

SE REQUIERE QUE SEAS HONESTO CONTIGO MISMO

Construir un negocio en el cuadrante D no es una tarea sencilla. Tienes que preguntarte a ti mismo, "¿Tengo lo que se requiere? ¿Estoy dispuesto a salir de mi zona de confort? ¿Estoy dispuesto a dejarme guiar y a aprender a guiar a otros? ¿Hay una persona rica en mi interior, lista para salir al mundo?" Si la respuesta a las cuestiones anteriores

es "sí", empieza a buscar un negocio de redes de mercadeo que cuente con un excelente programa de entrenamiento.

> **John**: Yo añadiría lo siguiente: asegúrate de que tienes claro en dónde te encuentras, y lo que te gustaría lograr en la vida. Tener una visión de lo que necesitas es esencial.
>
> Entonces, primero define bien tus expectativas. Asegúrate de saber lo que se necesita en términos del tiempo, dinero, habilidades y recursos que necesitarás invertir cada semana. Aclara cuáles son las acciones que tendrás que llevar a cabo para que este negocio sea exitoso. Deja muy bien en claro cuáles son tus expectativas reales en cuanto al tiempo que invertirás.

En el libro que escribí con Donald Trump, *Queremos que seas rico*, Donald señaló:

> Las redes de mercadeo exigen un espíritu

empresarial, y eso significa enfoque y perseverancia. No le recomiendo las redes de mercadeo a gente que no cuenta con un alto nivel de motivación personal.

Donald tiene toda la razón.

SE REQUIERE DE LA ACTITUD CORRECTA

En mi opinión, convertirse en empresario es un proceso constante; yo sigo involucrado en él. Creo que seré un empresario en entrenamiento hasta el día que muera porque adoro los negocios y adoro solucionar los problemas de mi campo de acción. Es un proceso que me brinda el tipo de vida que deseo. Así que, aunque ha sido difícil en algunos momentos, cada uno ha valido la pena.

Siempre hubo un pensamiento que me mantenía avanzando. Era mi luz incluso en las más oscuras de las horas. Pegado a la base de uno de los teléfonos de nuestras oficinas de la empresa de

carteras para surfistas, tenía uno de esos papelitos que salen en las galletas chinas de la fortuna. Decía:

> Siempre puedes renunciar. ¿Por qué hacerlo ahora?

En aquel tiempo hubo muchas llamadas que tuve que atender y que me dieron razones más que suficientes para renunciar. Sin embargo, después de colgar el teléfono, siempre miraba las palabras de sabiduría de la galleta de la fortuna, y me decía a mí mismo: "Aunque tengo muchísimas ganas de renunciar, no lo haré hoy. Lo haré mañana."

Lo bueno es que el mañana nunca llegó.

Mi padre rico solía decir que si volverse rico fuera fácil, cualquiera lo haría. Por eso, cada vez que la gente me pregunta qué me permitió triunfar, siempre contesto que fue mi deseo de que nadie me dijera qué hacer. Ansiaba la libertad. No quería la seguridad de un empleo, quería libertad financiera. Y eso es precisamente lo que ofrecen las redes de

mercadeo.

Si a ti te agrada que siempre haya alguien diciéndote lo que puedes hacer, y a qué hora debes llegar a la oficina e irte, entonces el negocio de redes de mercadeo no es para ti.

SE REQUIERE DE CRECIMIENTO REAL

Un negocio de redes de mercadeo puede estar en el cuadrante D, sin embargo, eso no significa que *será así* necesariamente. Eso depende de ti.

Las redes de mercadeo son el vehículo perfecto para la gente que quiere entrar al mundo del cuadrante D. En los cuadrantes E y A tu ingreso potencial se ve limitado por lo que puedas producir *como individuo*. En las redes de mercado, por el contrario, puedes ganar tanto como logre producir tu red. Esto significa que, una vez que hayas construido una red bastante grande, podrías llegar a ganar una cantidad tremenda de dinero.

No obstante, el mero hecho de afiliarse a una

empresa de redes de mercadeo no hace que tu negocio sea parte del cuadrante D. Al menos, no hasta que sea lo suficientemente grande.

John: La definición técnica de "negocio grande" nos habla de aquel que cuenta con 500 o más integrantes. De nuevo, a esas 500 personas se les describe por lo general como "empleados". Sin embargo, aquí lo que nos interesa es sólo la cifra. Cuando construyes una red de 500 o más representantes independientes, lo que tienes en las manos definitivamente coincide con la definición de *grande*; es decir, el tipo de negocios del cuadrante D. El sistema de negocios de redes está diseñado para expandirse hasta a más de 500 personas. Es muy común que la organización de la red de un individuo llegue a crecer hasta varios miles o incluso decenas de miles, y no es raro ver organizaciones que incluyan a *cientos* de miles de personas.

Muy a menudo, los nuevos integrantes de los

negocios de redes de mercadeo cometen el error de considerar el dinero que comienzan a ganar como "dinero libre"; es decir, un ingreso que se puede gastar desde el primer día que se obtiene. Pero cuando solamente cuentas con 5, 10, 50, o incluso 100 o 200 personas en tu red, el negocio en realidad todavía sigue en periodo formativo. No es un negocio *grande*.

En cuanto tu red crezca a más de 500 personas, incluso llegue a casi mil, entonces tendrás un verdadero negocio del cuadrante D que genere ingreso pasivo. En ese momento no sólo tendrás una red viable, sino un activo que genere ingresos.

Pero lo anterior significa que el intervalo entre el momento que te afilias a la compañía, y el punto en que llegues a un negocio de 500 personas, será todavía periodo formativo. Es un tiempo en el que estarás cimentando las bases. Así que mantén una perspectiva clara y no despegues la vista del objetivo real: construir riqueza.

TOMA TIEMPO

Si tienes la idea de que puedes empezar un negocio de redes de mercadeo y esperas comenzar a hacer dinero de inmediato, entonces todavía piensas como alguien de los cuadrantes E o A. De hecho, la gente de estos cuadrantes es la que más a menudo cae en las trampas de la vida que nos hacen creer que realmente existen las estrategias para volverse rico de la noche a la mañana.

> **John**: En las redes de mercadeo no existe ningún método para volverse rico de la noche a la mañana. Aunque las actividades del negocio son bastante sencillas, exigen de tiempo y esfuerzo: la base del ingreso pasivo.
>
> La Administración de Ventas Directas dice que, en promedio, uno de cada diez contactos le dirá: "Sí" a la oportunidad que le ofreces. Sin embargo, esta cifra mejora con el nivel de experiencia del dueño del negocio. Y recuerda que esta cifra se mantiene real en cuanto a

volumen, es decir, a pesar de que tal vez no la veas aplicada en 10 contactos, verás que aplica para 100.

En estos años ha habido gente que promueve las redes de mercadeo como un medio "rápido" para obtener riqueza. Por supuesto, eso es una tontería. La gente de las redes de mercadeo que ha desarrollado sus habilidades de liderazgo, construido su negocio y obtenido riqueza genuina, lleva varios años esforzándose por lograrlo.

Entonces no te dejes engañar si alguien te dice que verás resultados muy pronto. Éste no es un paseo de seis meses y un golpe de suerte: es un negocio serio, y de lo que estamos hablando aquí es de *tu vida*.

En el mundo real, si no puedes comenzar a producir negocios entre tres y seis meses, te despiden. Xerox era un poco más generosa: a mí me dieron un año para aprender y un año para estar a prueba. Si no hubiera contado con todo ese

tiempo, me habrían despedido.

Pero tu situación es distinta porque tu empresa de redes de mercadeo no te va a despedir, así que tú no lo hagas tampoco. No te esfuerces sólo durante algunos meses o un año para luego decir: "Bien, pues creo que no funcionó." Dale todo el tiempo que sea necesario.

Robert: John, cuando le digo a la gente: "Dale tiempo", casi siempre me preguntan: "Muy bien, ¿*cuánto* tiempo?" ¿Qué debo responder?

John: Yo diría, cinco años.

Robert: ¡Eso es exactamente lo que siempre contesto! De hecho, es el mismo tiempo que se necesita para construir *cualquier* tipo de negocio. Yo lo llamo "Mi plan de cinco años".

EL PLAN DE CINCO AÑOS

Si realmente eres serio respecto a comenzar este viaje, te recomiendo que te comprometas por un mínimo de cinco años de aprendizaje, crecimiento, modificación de valores fundamentales, y nuevos amigos. ¿Por qué? *Porque cinco años es un período realista*.

A Howard Schultz le tomó muchos años construir Starbucks; lo mismo fue para Ray Kroc de McDonald's y Michael Dell de Dell Computers. Se requiere de tiempo para construir negocios grandes y forjarse como un verdadero líder. A mí me tomó años construir mi propio negocio en el cuadrante D. A ti también te llevará varios años construir un negocio de redes de mercadeo. ¿Por qué tendría que ser diferente?

La mayoría de la gente no piensa en términos de años. Estamos acostumbrados, gracias a la publicidad y a los valores de "cheque de nómina" del cuadrante E, a esperar la gratificación inmediata. Por eso no es ninguna novedad que en cuanto la gente pone un pie en el cuadrante D, lo haga con la idea de "volverse rica pronto".

"Me afilié hace una semana. ¿Cuándo empezaré a ganar mucho dinero?"

Amigos, *volverse rico pronto* es un oxímoron. Una relación rica no se da con rapidez; una novela gratificante jamás se escribe de la noche a la mañana. Crear riqueza, por definición, toma tiempo. Lo mismo sucede con la riqueza económica. Es por eso que hay tan poca gente en el cuadrante D. La mayoría de la gente quiere dinero, pero no está dispuesta a invertir su tiempo.

Diez mil horas: haz cuentas. Si trabajas ocho horas al día,
cinco días a la semana, llegarás a la meta de diez mil horas
en *cinco años* de esfuerzo de tiempo completo.

En su libro *Outliers: The Story of Success*, Malcolm Gladwell explica que, para sobresalir en cualquier área, se requieren diez mil horas de

trabajo arduo. Bill Gates, estando en la preparatoria, pasó diez mil horas programando. Cuando todavía eran una banda británica más, los Beatles tocaron en un club de Hamburgo siete horas al día, siete días a la semana, sumando unas diez mil horas.

> Lo que es de verdad interesante de la regla de las diez mil horas, —dice Gladwell— es que aplica virtualmente en cualquier ámbito. No puedes convertirte en un gran ajedrecista, a menos de que pases diez mil horas practicando. Los prodigios del tenis [como] Boris Becker, que empiezan a jugar a los 6 años, para los 16 o 17 están jugando en Wimbledon. Los músicos concertistas que comienzan a tocar el violín a los 4 años, debutan en el Carnegie Hall a los 15 más o menos.

Diez mil horas: haz cuentas. Si trabajas ocho horas al día, cinco días a la semana, llegarás a la meta de diez mil horas en *cinco años* de esfuerzo de

tiempo completo.

Por suerte para ti, llegar a dominar las redes de mercadeo no es como llegar a ser un experto ajedrecista. No necesitas convertirte en Boris Becker, los Beatles o Bill Gates. Tampoco tienes que ser el mejor en el mundo: lo único que tienes que hacer es dominar las habilidades del negocio. No te tomará cinco años de tiempo completo y semanas de cuarenta horas. Sin embargo, para aprender y dominar lo que se requiere para construir una red masiva con ingreso pasivo, hazte un favor y date el tiempo suficiente.

Por cierto, yo *continúo* usando este plan de cinco años.

Cada vez que decido aprender algo nuevo —invertir en bienes raíces, por ejemplo—, todavía me doy cinco años para aprender el proceso. Cuando quise aprender a invertir en acciones, también me di cinco años para aprender el proceso. Mucha gente invierte una vez, pierde algunos dólares y luego se retira. Son personas que se retiran después de cometer un error, y por eso

dejan de aprender. Pero perder es parte del proceso de ganar. Sólo los perdedores creen que los ganadores nunca pierden, y que los errores se deben evitar a toda costa. Las equivocaciones son oportunidades de aprender lecciones muy importantes.

En la actualidad, sigo dándome cinco años para cometer todos los errores posibles. Lo hago porque sé que entre más errores cometa, y me ayuden a aprender, más avezado seré. Si no cometiera errores durante cinco años, entonces no sería más inteligente cinco años después. Sólo sería cinco años más viejo.

TAMBIÉN DATE TIEMPO PARA DESAPRENDER

Además de todo el aprendizaje que llevarás a cabo en este negocio, lo más probable es que también haya una cantidad importante de cosas que debas *desaprender*.

La razón por la que mucha gente se queda

atorada en los cuadrantes E y A es que comienza a sentirse bastante cómoda ahí. Pero no es que estos cuadrantes sean, por definición, más cómodos. Después de todo, te cobran impuestos como si te estuvieran exprimiendo, tu tiempo no te pertenece, a menudo te ves obligado a trabajar con gente a la que no soportas… Estos cuadrantes son, en muchas, muchas formas, bastante *incómodos*. Sin embargo, la gente empieza a *sentirse* cómoda ahí porque lleva años aprendiendo a estar en ese lugar, y es lo único que conoce.

Pero todo eso cambia cuando entras al mundo de las redes de mercadeo. La experiencia de trabajo que proviene de haber pasado mucho tiempo en empleos tradicionales, o desempeñándose como autoempleado, por lo general no resulta útil para las redes de mercadeo. Las horas fijas de trabajo, los salarios fijos, las descripciones de trabajo descritas de una manera tan ceñida, una clientela bien definida, un territorio enmarcado y una planta física… Todos esos elementos del trabajo convencional

sencillamente no existen en este negocio.

Como lo mencionamos anteriormente, si tú ya trabajaste en ventas tradicionales, tal vez debas desaprender esas habilidades hasta cierto punto, porque en las redes de mercadeo no importa lo que puedas hacer, sino lo que puedas hacer y *sea duplicable*.

Si tienes experiencia en el manejo de empleados, necesitarás hacer algo para desaprenderlo también, porque en las redes de mercadeo no despides a nadie ni le dices qué hacer. Este negocio del siglo XXI tiene una dinámica completamente distinta, y para llegar a la excelencia aquí, es muy probable que tengas que dejar atrás algunos malos hábitos.

Tómate el tiempo necesario para desaprender y aprender. Para algunas personas lo más difícil de cambiar del cuadrante izquierdo al derecho es desaprender el punto de vista de los cuadrantes E y A. Pero cuando hayas desaprendido lo necesario, el cambio será mucho más rápido y sencillo.

TODO SE RESUME A LA ACCIÓN

Puedes diseñar el plan que desees, estudiar todo lo que gustes y aprender, pero las únicas personas que triunfan en las redes de mercadeo son las que actúan: hoy, mañana y todos los días.

20

Vive la vida

¿Qué es lo que te vuelve rico? Mucha gente contestaría: “¡El dinero, por supuesto!”, pero estaría equivocada. Tener dinero no te vuelve rico

porque siempre puedes perderlo. Poseer bienes raíces tampoco te vuelve rico porque (como ya lo vimos de manera muy dramática en los últimos años), los bienes raíces siempre pueden perder valor.

Entonces, ¿qué te vuelve rico? *El conocimiento*.

MI LECCIÓN DE ORO

Siendo un adulto joven, incluso antes de que comenzara a invertir en bienes raíces, invertí, por primera vez, en oro. “El oro es el único dinero de verdad”, fue mi razonamiento. “¿Y cómo estar equivocado?” Comencé a adquirir monedas de oro en 1972, cuando el precio de este metal era de 85 dólares por onza. Tenía 25 años. Para cuando cumplí 32, el precio se aproximaba a 800 dólares la onza y mi dinero se había multiplicado *casi diez veces*. ¡Recórcholis!

La fiebre estaba en su apogeo y la codicia se impuso ante la cautela. Empezaron a correr los rumores de que el oro llegaría a los 2 500 dólares

por onza, por lo que los inversionistas más avariciosos, e incluso los que jamás habían comprado, empezaron a acumular este metal. Yo pude haber vendido mis monedas y obtenido una ganancia importante, pero decidí quedarme con ellas, con la esperanza de que el valor del oro siguiera aumentando. Aproximadamente un año después, con el oro cayendo por debajo de los 500 dólares por onza, por fin vendí mi última moneda. Luego vi el precio del oro desplomarse más y más, hasta que en 1996 llegó a su nivel más bajo: 275 dólares.

Lo que te vuelve rico no son los bienes raíces, el oro,
las acciones, el trabajo arduo, ni el dinero, sino *lo que*
***sabes acerca de* bienes raíces, oro, acciones, trabajo y**
dinero. Finalmente, lo que te ayuda a ser rico es

tu *inteligencia financiera*.

No logré hacer mucho dinero con él, pero el oro me enseñó una lección invaluable. Comprendí que, incluso al invertir en “dinero de verdad”, podía *perder* dinero. En ese momento entendí que el bien tangible no era lo valioso, sino la *información* relacionada con ese activo.

Lo que te vuelve rico no son los bienes raíces, el oro, las acciones, el trabajo arduo, ni el dinero, sino *lo que sabes acerca de* bienes raíces, oro, acciones, trabajo y dinero. Finalmente, lo que te ayuda a ser rico es tu *inteligencia financiera*.

La inteligencia financiera tiene muy poco o nada que ver con la inteligencia académica. Puedes ser un genio en lo que se refiere a la escuela, pero un verdadero idiota en el aspecto financiero.

1) Saber cómo hacer más dinero

Entre más dinero hagas, mayor será tu inteligencia

financiera. Una persona que gana un millón de dólares al año, tiene un IQ financiero mayor que una que gana 30 000 dólares en el mismo lapso.

2) SABER CÓMO PROTEGER TU DINERO

El mundo está preparado para despojarte, y no me refiero exclusivamente a los Bernie Madoffs. El gobierno es uno de los depredadores financieros más grandes, porque puede tomar tu dinero *de manera legal*.

Por ejemplo, toma a dos personas que ganan un millón al año, cada una. Si una de ellas paga 20 por ciento de impuestos, y la otra, 35 por ciento, entonces la primera persona tiene un IQ financiero mayor.

3) SABER CÓMO ADMINISTRAR TU DINERO

Mucha gente no puede ahorrar una buena cantidad de lo que gana, por la sencilla razón de que

administra su dinero como si fuera pobre. Administrar tu dinero también exige inteligencia financiera.

Pensemos en dos individuos: La persona A gana 120 000 dólares anuales, y la persona B gana sólo 60 000. ¿Quién tiene mayor inteligencia financiera? ¿La A? No tan rápido. Digamos que la persona A también gasta 120 000 al año, lo cual la deja en ceros para los últimos meses. La persona B, por su parte, que sólo gana 60 000 dólares, administra con cuidado y puede vivir bien con 50 000 dólares. Además, invierte los 10 000 restantes. Entonces, ¿quién termina con más?

Si no tienes capacidad para administrar, entonces ni todo el dinero del mundo te salvará. Si haces presupuestos de la manera adecuada y aprendes acerca de los cuadrantes D e I, entonces estarás en el camino para obtener gran riqueza personal y, lo más importante: libertad.

Ser capaz de vivir bien e invertir, sin que importe lo poco o mucho que ganes, exige cierto nivel de inteligencia financiera. Siempre que hagas

presupuestos, debes tomar en cuenta una cantidad extra para ahorrarla.

4) Saber cómo apalancar tu dinero

Después de que hagas presupuestos y tomes en cuenta un excedente para ahorrar, el siguiente paso a seguir es el apalancamiento de ese mismo excedente. El retorno sobre inversión es tan sólo un aspecto más de la inteligencia financiera. La persona que gana el 50 por ciento sobre su dinero tiene un IQ financiero más alto que la que gana el 5 por ciento. Y la que gana 50 por ciento, pero libre de impuestos, ¡tiene mucho más IQ que alguien que gana sólo el 5 por ciento, pero luego paga 35 por ciento en impuestos sobre ese retorno del 5 por ciento!

Si acaso llega a tener un excedente, la mayoría de la gente lo ahorra metiéndolo a un banco o a un portafolio de fondos mutualistas. Casi todo mundo hace esto con la esperanza de que esto apalancará

su dinero. Sin embargo, hay maneras mucho mejores de apalancar tu dinero. Los ahorros y fondos mutualistas no exigen mucha inteligencia financiera, de hecho, se puede entrenar a un mono para que aprenda a ahorrar y a invertir en este tipo de instrumentos. Es por eso que los retornos siempre han sido tan miserables.

UNA VIDA MAGNÍFICA

El propósito de tu negocio de redes de mercadeo no es sólo que hagas dinero, sino que obtengas habilidades e inteligencia financiera que te permitan usar esos ingresos para construir riqueza de verdad.

Pero incluso ése no es el objetivo principal. El verdadero objetivo es construir riqueza para que puedas tener una vida magnífica.

Al observar a la gente en muchas situaciones distintas, yo diría que hay tres maneras de vivir. Estas tres formas dependen de situaciones diversas, y también corresponden a tres estados

financieros y emocionales.

VIVIR CON MIEDO

Yo sé lo que es estar en quiebra. Ya hablé de que 1985 fue el peor año de mi vida porque Kim y yo nos encontramos en terribles apuros económicos, prácticamente nos convertimos en indigentes y terminamos viviendo en nuestro Toyota. La sensación de miedo en aquellos días nos tenía paralizados, era tan intensa que lograba inmovilizarnos por completo.

Sé lo que se siente. Fue algo muy parecido a lo que viví de niño porque pertenecía a una familia que casi todo el tiempo estaba en la ruina. Esa oscura nube del "no tenemos suficiente dinero" permaneció sobre la familia durante la mayor parte de mi infancia. No tener suficiente dinero para vivir es una experiencia horrible, y lastima a las personas de formas que trascienden el aspecto económico: esta situación puede minar la confianza en ti mismo y la noción de la valía

personal. De hecho, puede sabotear todos los aspectos de tu existencia.

VIVIR CON MIEDO Y FRUSTRACIÓN

La segunda manera de vivir implica las emociones de miedo y frustración porque tienes que levantarte a trabajar, particularmente cuando preferirías hacer otra cosa. Una persona que vive de esta manera podría tener un buen empleo y un gran salario, pero no se puede dar el lujo de dejar de trabajar. De ahí viene la frustración. Estas personas saben que si dejaran de laborar, se colapsaría su estilo de vida.

La gente así podría argumentar: "No me puedo dar el lujo de renunciar porque, si lo hiciera, vendrían los bancos y me embargarían todo lo que tengo." También se les podría escuchar diciendo algo como: "Ya quiero que lleguen las vacaciones", o "ya sólo diez años más y me retiro".

VIVIR CON GOZO, PAZ Y ALEGRÍA

La tercera forma de vivir es con tranquilidad mental porque se sabe que, sin importar si trabajas o no, de todas maneras te seguirá llegando bastante dinero. Así es como Kim y yo vivimos desde 1994, cuando decidimos vender nuestros negocios y retirarnos. Kim tenía 37 años y yo 47. Actualmente, a varios años de distancia, todavía trabajamos y, de hecho, lo hacemos *con mucho ahínco*. ¿Por qué? Porque amamos lo que hacemos.

La sensación de *no tener* que trabajar, de saber que, sin importar lo que hagamos de todas formas tendremos más que suficiente dinero durante toda nuestra vida, es muy liberadora. Es una sensación que nos brinda alegría y nos permite hacer lo que de verdad nos gusta.

Pasamos el tiempo juntos y, ya sea jugando golf, viajando por el mundo o pasando largas horas en nuestra sala de juntas, para nosotros todo es como un juego permanente, como un sueño que no

termina. Así es nuestra vida, tal y como siempre quisimos que fuera. Y naturalmente, atesoramos cada segundo.

HORMIGAS, CIGARRAS Y SERES HUMANOS

Anteriormente mencioné la fábula de "La hormiga y la cigarra". Todos crecimos con esa noción de que hay dos formas de vivir: puedes ser como la decente, modesta, trabajadora y ahorradora hormiga, y ahorrar trocitos de comida para el futuro; o puedes ser como la irresponsable y manirrota cigarra, y bailar y tocar el violín todos los días, sin pensar en el futuro.

De alguna manera, esta imagen nos ha hecho más mal que bien porque, aunque es benéfico ser responsable y frugal, y prepararse para el futuro, ¡fíjate en la vida que lleva la hormiga! ¿De verdad quieres ser un bicho en una gigante colonia de hormigas? ¿Empujar moronitas todo el día, todos los días de tu vida?

Admitámoslo: no somos hormigas y tampoco somos cigarras; sólo somos *seres humanos*. ¿Acaso es ilógico desear que pudiéramos tener el tipo de vida plena para la que estamos perfectamente preparados?

Si llegas a entender los rudimentos de la creación de la riqueza; si administras tu dinero, tiempo y atención de manera inteligente; si tienes grandes sueños y la audacia para perseguirlos; entonces *podrás* llevar esa vida exitosa que el grueso de la gente no cree realidad.

21

El negocio del siglo XXI

Una de las razones por las que respeto tanto las redes de mercadeo es que se trata de un negocio que, de manera genuina, ofrece oportunidades

iguales. Las redes presentan un rango muy amplio de acción. Si estudias con cuidado a las más de sesenta millones de personas en todo el mundo que están involucradas en este negocio, te darás cuenta de que hay gente de todos colores, religiones, edades y niveles de experiencias y habilidades.

Lo anterior también lo convierte en el negocio del futuro. En este siglo XXI nos estamos dando cuenta, como nunca antes, de que la riqueza, tal como lo mencioné anteriormente, no es un juego de suma cero. No es una cuestión de que algunos podamos prosperar sólo si pisoteamos a otros. El futuro de la genuina riqueza tendrá su base en las formas innovadoras de hacer negocios que logren elevar el bienestar económico de toda la humanidad.

Ésos son mis valores personales de negocios, y también son los valores del negocio de redes de mercadeo. El hecho de ser un ejemplo vivo de esos valores, no sólo lo hace a uno *sentirse* bien, ¡también representa un *gran negocio*!

CONSTRUCCIÓN DEMOCRÁTICA DE LA RIQUEZA

He invertido mucha energía para apoyar y promover la industria de las redes de mercadeo porque sus sistemas son más justos que los sistemas anteriores para la adquisición de riqueza.

Los sistemas de redes de mercadeo se establecen con el objetivo de que cualquier persona pueda disfrutar de la riqueza. Está abierto para quien tenga energía, determinación y perseverancia. A este tipo de negocios no les interesa tu apellido o a cuál universidad asististe (o si alguna vez estuviste matriculado), ni cuánto dinero ganas hoy en día, ni tu raza o género; ni cuán bien luces, ni quiénes son tus padres, ni cuán popular e inteligente eres. Lo que le importa a la mayoría de las empresas de redes de mercadeo es cuánto estás dispuesto a aprender, a cambiar y crecer; o si tienes lo que se necesita para apegarte a ella en las buenas y en las malas mientras aprendes a ser propietario de un negocio.

Las redes de mercadeo son algo más que sólo una buena idea: de muchas formas, son el modelo de negocios para el futuro. ¿Por qué? Porque el mundo ya está empezando a despertar ante la cruda realidad de que la era industrial ya terminó.

Para un mundo que cada vez disfruta menos de la seguridad de la que solía gozar, las redes de mercadeo surgen como un nuevo motor de logro y seguridad individual. Este negocio les da a millones de personas en todo el mundo la oportunidad de tomar el control de su vida y futuro financiero; es por ello que, a pesar de que los pensadores del Viejo Mundo insisten en no aceptarlo, esta industria continuará creciendo.

En los años venideros, opino que veremos un incremento en el predominio, penetración, visibilidad y maduración de las principales compañías de redes de mercadeo.

Anteriormente escribí sobre la manera en que Thomas Edison se volvió rico, y aclaré que no fue gracias a que diseñó una mejor bombilla eléctrica, sino a que creó la red que respaldo el

funcionamiento de la misma. Edison tenía un joven empleado llamado Henry, quien hizo algo similar con otro invento que, en aquel entonces, parecía no tener uso práctico.

Por su naturaleza y diseño, las redes de mercadeo son un sistema bastante democrático y socialmente responsable, para la generación de riqueza.

En una suerte de paralelismo entre lo que sucedió con Edison y la bombilla eléctrica, y con el joven Henry Ford y el automóvil, podemos señalar que Ford no inventó el automóvil, pero hizo algo radical que cambió para siempre el destino de aquel invento y de millones de personas. A finales del siglo XIX, al automóvil se le consideraba sólo una curiosidad; un juguete de gente adinerada. Y ciertamente, los autos eran tan extremadamente costosos, que sólo los ricos

podían pagar uno. La radical idea de Ford consistía en hacer que el automóvil estuviera disponible para *todo mundo*.

Ford recortó los gastos de producción y adaptó la línea de ensamblaje para producir automóviles estandarizados y de bajo costo. Ford se convirtió en el mayor productor de automóviles del mundo. No sólo logró hacer que su producto fuera accesible, también llegó a pagar los salarios más altos de la industria y ofreció planes de repartición de utilidades, con los que redistribuyó anualmente más de 30 millones de dólares entre sus trabajadores. ¡Y créeme que 30 millones era más dinero a principios de 1900 de lo que es ahora!

La frase de la misión de Ford era “Democratizar al automóvil”, y en el proceso para cumplirla también se volvió un hombre muy rico.

Las redes de mercadeo son una forma revolucionaria de negocio porque, por primera vez en la historia, ahora es posible para todo mundo disfrutar de la riqueza que había estado reservada sólo para algunos cuantos o para los afortunados.

No obstante este negocio también tiene detractores. Asimismo, ha tenido su buena dosis de charlatanes y embaucadores: gente sin ética que ha tratado de ganarse unos dólares de forma rápida. Sin embargo, por su propia naturaleza y diseño, las redes de mercadeo son un sistema bastante democrático y socialmente responsable, para la generación de riqueza.

A pesar de lo que te dirán sus detractores, las redes de mercadeo no son un buen negocio para la gente codiciosa. De hecho, la única manera en que podrás volverte rico en este modelo de negocio será ayudando a que otros también lo hagan. Creo que este concepto es tan revolucionario como lo fueron los de Edison y Ford en su tiempo. Por su mismo diseño, es el negocio perfecto para la gente a la que le gusta ayudar a otros.

Debo aclarar que no necesariamente estoy juzgando la avaricia, ya que, un poco de ésta y de interés personal, siempre puede resultar saludable. No obstante, cuando el objetivo de la ganancia personal se sale de toda perspectiva y la gente

busca la riqueza a costa de los demás, entonces se vuelve repugnante. Creo que la mayoría de la gente es generosa por naturaleza, y que cuando nuestros logros también sirven para enaltecer a otros en lugar de humillarlos, entonces obtenemos mayor satisfacción.

Las redes de mercadeo sirven a este generoso impulso porque ofrece un camino para el éxito personal, para construir gran riqueza y crear la libertad financiera a través de un proceso que sólo funciona si ayudamos a nuestros semejantes.

Por supuesto que te puedes volver rico por medio de ser vulgar y codicioso, pero también puedes hacerlo siendo generoso y desinteresado. Y definitivamente, el método que elijas será el que más coincida con tus valores fundamentales.

UN FUNDAMENTO ECONÓMICO PARA LA PAZ

Debido a que volé en helicóptero para cumplir misiones en la selva de Vietnam, sé de primera

mano lo que es la guerra. También sé que la desigualdad es una de sus principales causas. Mientras el vacío entre los ricos y los pobres continúe en aumento, las condiciones serán muy poco propicias para la paz. Podemos marchar por la paz, dar discursos, patrocinar las buenas relaciones, formar comités que la estudien, y hasta promoverla, pero será imposible *crear* esa paz de la que hablamos tanto, a menos de que podamos empezar a brindarles más oportunidades económicas a millones de personas que las necesitan.

Y así de difícil como suena el objetivo, eso es precisamente lo que están haciendo las redes de mercadeo.

En la actualidad, muchas empresas propagan la paz a través de oportunidades económicas en todo el mundo. Las compañías de redes de mercadeo no sólo están prosperando en las principales capitales del mundo, en muchos países en vías de desarrollo, estas entidades están llevando esperanza a millones de personas que viven en

condiciones de pobreza. Las empresas tradicionales sólo pueden subsistir en donde la gente es rica y hay dinero para gastar.

Es hora de que la gente de todo el mundo tenga oportunidades iguales de disfrutar una vida rica y abundante, en lugar de pasarse la vida trabajando arduamente para enriquecer a los que ya tienen demasiado.

Es hora de que *tú* también tengas esa oportunidad.

Bienvenido al siglo XXI.

Sobre los autores

ROBERT T. KIYOSAKI

Inversionista, empresario, defensor de la educación financiera y autor de bestsellers.

Robert Kiyosaki es el autor de *Padre Rico, Padre Pobre*, el libro de finanzas personales número 1 de todos los tiempos, que ha desafiado y modificado la manera en que decenas de millones de personas piensan acerca del dinero. *Padre Rico, Padre Pobre* es el *bestseller* que ha permanecido por más tiempo en las cuatro listas que le reportan a *Publisher's Weekly: The New York Times, Business Wee, The Wall Street Journal* y *USA Today*. Asimismo, fue nombrado, dos años

consecutivos, "el libro número uno de finanzas de *USA Today*". Es el tercer *bestseller* de autoayuda con mayor permanencia de todos los tiempos.

Debido a sus opiniones, a menudo en oposición, acerca del dinero y las inversiones, Robert se ha ganado la reputación de ser un autor franco, irreverente y valeroso. Su punto de vista desafía el *status quo* ("Ese viejo consejo —consigue un buen empleo, ahorra dinero, sal de deudas, invierte a largo plazo y diversifícate—, ya es obsoleto"). Su afirmación: "Tu casa no es un activo", ha causado controversia pero demostró ser cierta en medio de la crisis financiera actual.

Otros de los títulos de *Padre Rico* ocupan cuatro posiciones de las diez con que cuenta la Lista Nielsen Bookscan, que incluye los éxitos de venta. Sus obras han sido traducidas a 51 idiomas, y se venden en 109 países del globo. En total, la serie *Padre Rico* ha vendido más de 28 millones de ejemplares en el mundo y dominado las listas de *bestsellers* de Asia, Australia, Sudamérica, México y Europa. En 2005, Robert fue recibido en

el Salón de la Fama de Amazon.com, como uno de los mayores vendedores entre los 25 autores más importantes. Actualmente, la serie *Padre Rico* cuenta con 27 libros. Entre los títulos más destacados se encuentra *Queremos que seas rico*, un libro escrito con el buen amigo de Robert, Donald Trump, en 2005. Este libro debutó como número uno de la lista de *bestsellers* del *New York Times*. Los dos amigos y gigantes de los negocios también trabajaron en otro libro que se publicó en 2010.

Entre los libros más recientes de Robert se encuentran: *El libro de los bienes raíces*, una recopilación de lecciones de la vida real y consejos de inversionistas veteranos y asesores de Robert, y *La conspiración de los ricos: las ocho nuevas reglas del dinero*, un innovador libro interactivo en línea que ha conseguido una cantidad increíble de visitas, y que logró escalar al número cinco de la lista de *bestsellers* del *New York Times*, en la categoría de textos de alternativa al libro impreso.

Robert ha aparecido en programas como *Larry King Live* y *Oprah*, recientemente apareció en la columna "10 Preguntas" de la revista *Time*, una destacada columna en la que se ha entrevistado a celebridades como el director Spike Lee y el actor Michael J. Fox, entre otros.

Además de sus libros, Robert escribe una columna: "¿Por qué los ricos se están volviendo más ricos?", para Yahoo! Finance, y una columna mensual llamada "Rich Returns" para la revista *Entrepreneur*.

JOHN FLEMING

John Fleming nació y fue criado en Richmond, Virginia. Su interés en la arquitectura y su deseo de construir son parte de una tradición familiar que data de la época de sus bisabuelos. Estudiante sobresaliente, con un talento natural para el diseño arquitectónico, John destacó en el Illinois Institute of Technology, conocido por su adhesión a los principios de Mies van der Rohe, uno de los arquitectos más reconocidos de la era moderna. Después de graduarse, John trabajó para el gran arquitecto y fue elegido para realizar varias de las ilustraciones de *Mies van der Rohe: The Art of Structure*, el último libro publicado sobre el arquitecto.

El conocimiento e interés de John en la arquitectura lo llevaría más adelante a descubrir que los principios del diseño y la construcción

también podían aplicarse en la vida. Esta noción fue el cimiento de su intensa creencia de que la gente común podía lograr cosas extraordinarias con tan sólo seguir conceptos similares al ámbito de la construcción. Su creencia lo llevó a dejar el estudio de la arquitectura y comenzar una carrera en ventas directas.

La decisión de John de dedicarse a la industria de las ventas directas fue guiada por el conocimiento de que, por más de cien años, dicha industria le ha dado la bienvenida a gente de todos los ámbitos, sin importar su experiencia o falta de ella. John creyó que eso les ofrecía, a quienes estuvieran dispuestos a aprender algunas habilidades básicas sobre ventas y servicio a otros, la oportunidad de involucrarse en el sistema norteamericano de empresa libre. Los siguientes 40 años los pasó probando sus teorías, no sólo consigo mismo, sino con miles de personas que él consideró preparadas para convertirse en los arquitectos de su propio destino.

John construyó una carrera exitosa como

empresario, asesor, escritor y orador. Ha sido dueño y director de operaciones de su propia compañía de ventas directas; también trabajó como contratista independiente, y tuvo varios puestos ejecutivos en empresas importantes, incluyendo quince años en Avon Products, Inc., en donde dirigió la unidad de negocios occidentales de la empresa, tanto en crecimiento de línea alto, como en crecimiento bajo, durante seis años. John se retiró de Avon en 2005.

John ha estado vinculado a la Asociación de Ventas Directas y a la Fundación Educativa de Ventas Directas, y actualmente forma parte de la mesa directiva de ambas organizaciones. En 1997, la Fundación reconoció sus contribuciones con su galardón más importante, el Premio Circle of Honor.

Durante los últimos años, John se ha dedicado a crear varias estructuras de organizaciones a través de las cuales su liderazgo y asesoría se han mantenido enfocadas en los negocios la educación y soluciones para la vida. En 2006, asumió el

cargo de editor en jefe de Direct Selling News, la publicación comercial que sirve a la industria de las ventas directas. Ahí, John entrega su conocimiento y reflexiones a líderes de la industria (www.directsellingnews.com). Desde 2008 ha sido director ejecutivo de la Fundación SUCCESS, una organización sin fines de lucro dedicada a ayudar a adolescentes a desarrollar sus habilidades para el crecimiento, para que puedan lograr su máximo potencial (www.SUCCESSFoundation.org). John también es autor de *The One Course*, libro que ofrece consejos para construir una vida exitosa, basándose en los principios de la arquitectura (www.theonecourse.com).

KIM KIYOSAKI

Con su pasión por educar a las mujeres sobre el dinero y la inversión, Kim Kiyosaki ha reunido la experiencia de toda una vida en los negocios, bienes raíces e inversión, cuyo objetivo siempre ha sido apoyar la educación financiera. Kim ha sido invitada a *The Larry King Show, FOX News* y al programa de televisión por Internet, *A Brave Heart View*. Además ha sido anfitriona del programa *PBS Rich Woman*. Kim fue presentada recientemente como defensora de la educación financiera en la revista *Essence*, y es columnista de *WomanEntrepreneur.com*.

Además de ser una mujer que se convirtió en millonaria por sus propios medios, Kim está felizmente casada (aunque defiende su independencia económica con furia). *Mujer millonaria*, el primer libro de Kim, fue *bestseller*

de *Business Week*. *Mujer millonaria* es *bestseller* en muchos países, incluyendo México, Sudáfrica, India, Australia, Nueva Zelanda y otras naciones europeas. Sobre *Mujer millonaria*, Donald Trump dijo: "Este libro es una lectura obligatoria para todas las mujeres. Actualmente, más que nunca, las mujeres necesitan conocimientos financieros." El libro *Mujer millonaria* también fue incluido en la Lista de Lecturas de Donald Trump de 2009.

Kim ha usado el foro internacional de Mujer Millonaria para presentar las asombrosas estadísticas sobre las mujeres y el dinero, y a través de www.richwoman.com, creó una comunidad interactiva en línea en la que las mujeres pueden aprender y crecer.

Kim Kiyosaki y su esposo, Robert Kiyosaki, saben bien lo que es estar en la situación de crisis financiera que muchos norteamericanos enfrentan actualmente. En los ochenta estuvieron sin hogar ni empleo y con una deuda de más de 400 000 dólares. En aquellos tiempos tan difíciles, crearon y siguieron una fórmula de 10 pasos para salir de

la deuda mala. Luego compartieron la fórmula a través del CD *Cómo salir de la deuda mala*. Hoy en día son exitosos empresarios y autores de diversos *bestsellers*.

Además, Robert y Kim Kiyosaki crearon el juego de mesa CASHFLOW en 1996 para enseñar las estrategias financieras y de inversión que Padre Rico pasó años transmitiéndole a Robert. Esas mismas estrategias les permitieron retirarse jóvenes. Actualmente hay miles de clubes de CASHFLOW en todo el mundo.

En 1997, Kim y Robert fundaron The Rich Dad Company. Esta empresa transmite el mensaje y misión de conocimiento financiero de Padre Rico, a través de libros, juegos y otras herramientas didácticas, y ha sido reconocida y alabada en todo el mundo.

> Muchas mujeres, en particular cuando nos hacemos mayores, nos encontramos en situaciones financieras difíciles debido al divorcio, fallecimiento del cónyuge o,

sencillamente, a la falta de planeación. El problema es que a la mayoría no nos educaron sobre el dinero y la inversión. La educación financiera no es sobre cómo comprar un seguro de auto o ahorrar unos centavos en la tienda de la esquina. Creo que las mujeres son más inteligentes que eso. Las mujeres debemos asumir el control de nuestras vidas financieras, en lugar de sólo cruzar los dedos y esperar a que alguien más se haga cargo de nuestro futuro.

AGUILAR

EL NEGOCIO DEL SIGLO XXI

Título original: *The Business of the 21st Century*

Traducción: Alejandra Ramos

De esta edición:
D. R. © Santillana Ediciones Generales, S.A. de C.V.
Av. Río Mixcoac 274, Col. Acacias.
C.P. 03240, México, D.F., teléfono (55) 54 20 75 30
www.librosaguilar.com/mx

ISBN: 978-607-11-2235-3

Conversión a eBook: *Information Consulting Group de México, S. A. de C. V.*



Aguilar es un sello editorial del Grupo Santillana

www.librosaguilar.com

Argentina
www.librosaguilar.com/ar
Av. Leandro N. Alem, 720
C 1001 AAP Buenos Aires
Tel. (54 11) 41 19 50 00
Fax (54 11) 41 19 50 21

Bolivia
www.librosaguilar.com/bo
Calacoto, calle 13, nº 8078
La Paz
Tel. (591 2) 279 22 78
Fax (591 2) 277 10 56

Chile
www.librosaguilar.com/cl

Dr. Aníbal Ariztía, 1444
Providencia
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 384 30 00
Fax (56 2) 384 30 60

Colombia
www.librosaguilar.com/co
Carrera 11A, nº 98-50, oficina 501
Bogotá DC
Tel. (571) 705 77 77

Costa Rica
www.librosaguilar.com/cas
La Uruca
Del Edificio de Aviación Civil 200 metros Oeste
San José de Costa Rica
Tel. (506) 22 20 42 42 y 25 20 05 05
Fax (506) 22 20 13 20

Ecuador
www.librosaguilar.com/ec
Avda. Eloy Alfaro, N 33-347 y Avda. 6 de

Diciembre
Quito
Tel. (593 2) 244 66 56
Fax (593 2) 244 87 91

El Salvador
www.librosaguilar.com/can
Siemens, 51
Zona Industrial Santa Elena
Antiguo Cuscatlán - La Libertad
Tel. (503) 2 505 89 y 2 289 89 20
Fax (503) 2 278 60 66

España
www.librosaguilar.com/es
Avenida de los Artesanos, 6
28760 Tres Cantos - Madrid
Tel. (34 91) 744 90 60
Fax (34 91) 744 92 24

Estados Unidos
www.librosaguilar.com/us
2023 N.W. 84th Avenue

Miami, FL 33122
Tel. (1 305) 591 95 22 y 591 22 32
Fax (1 305) 591 91 45

Guatemala
www.librosaguilar.com/can
26 avenida 2-20
Zona nº 14
Guatemala CA
Tel. (502) 24 29 43 00
Fax (502) 24 29 43 03

Honduras
www.librosaguilar.com/can
Colonia Tepeyac Contigua a Banco Cuscatlán
Frente Iglesia Adventista del Séptimo Día, Casa 1626
Boulevard Juan Pablo Segundo
Tegucigalpa, M. D. C.
Tel. (504) 239 98 84

México
www.librosaguilar.com/mx

Avenida Río Mixcoac, 274
Colonia Acacias
03240 Benito Juárez
México D. F.
Tel. (52 5) 554 20 75 30
Fax (52 5) 556 01 10 67

Panamá
www.librosaguilar.com/cas
Vía Transísmica, Urb. Industrial Orillac,
Calle segunda, local 9
Ciudad de Panamá
Tel. (507) 261 29 95

Paraguay
www.librosaguilar.com/py
Avda. Venezuela, 276,
entre Mariscal López y España
Asunción
Tel./fax (595 21) 213 294 y 214 983

Perú
www.librosaguilar.com/pe

Avda. Primavera 2160
Santiago de Surco
Lima 33
Tel. (51 1) 313 40 00
Fax (51 1) 313 40 01

Puerto Rico
www.librosaguilar.com/mx
Avda. Roosevelt, 1506
Guaynabo 00968
Tel. (1 787) 781 98 00
Fax (1 787) 783 12 62

República Dominicana
www.librosaguilar.com/do
Juan Sánchez Ramírez, 9
Gazcue
Santo Domingo R.D.
Tel. (1809) 682 13 82
Fax (1809) 689 10 22

Uruguay
www.librosaguilar.com/uy

Juan Manuel Blanes 1132
11200 Montevideo
Tel. (598 2) 410 73 42
Fax (598 2) 410 86 83

Venezuela
www.librosaguilar.com/ve
Avda. Rómulo Gallegos
Edificio Zulia, 1º
Boleita Norte
Caracas
Tel. (58 212) 235 30 33
Fax (58 212) 239 10 51